

Н. Ф. Павленчик

***Р*ИНОК**

**СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ
ПРОДУКЦІЇ : МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ
ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Монографія

**ЛЬВІВ
ЛІГА-ПРЕС
2014**

ББК 65.9(4Укр)32-434
П-12
УДК 339.13:338.432

Автор:
Н. Ф. Павленчик

Рецензенти:

- М. Й. Малік**, д. е. н., професор, академік НААН України, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач відділення соціально-економічних проблем розвитку сільських територій Національного наукового центру „Інститут аграрної економіки” НААН України;
- С. Л. Дусановський**, д. е. н., професор, заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри економіки, організації і планування АПК Тернопільського національного економічного університету;
- О. А. Бігтер**, д. е. н., професор, завідувач кафедри теорії фінансів і міжнародної економіки Львівської державної фінансової академії

*Рекомендовано до друку вченою радою
Львівського національного аграрного університету
(протокол № 8 від 3.06.2014 р.)*

Павленчик Н. Ф.

Ринок сільськогосподарської продукції: методологічні та методичні основи формування і функціонування : монографія / Н. Ф. Павленчик. – Львів : Ліга-Прес, 2014. – 392с.

ISBN 978-966-397-247-8

У монографії проведено комплексне дослідження теоретичних засад сутності, еволюції, формування і функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Пропонується концептуальний підхід до його розгляду у форматі сукупності сегментів: виробництва, продукту, реалізації та споживача. Економічна природа ринку розглядається з позиції функціональної дії основоутворювальних елементів ринкового механізму в умовах регуляторного прояву множини функцій. Подається оцінка стану окремих сегментів ринку та акцентується увага на прояві негативних наслідків у сегменті виробництва, зумовлених впровадженням інновацій крупними підприємствами. Ризик на ринку аналізується окремо в кожному сегменті, який на рівні суспільства трансформується в сукупний. Розглядається прогнозування обсягу пропозиції в контексті процесу ціноутворення і доводиться доцільність стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва.

Логістичні рішення на ринку сільськогосподарської продукції розглядаються у контексті забезпечення безперервності виконання виробничих процесів і зростання ефективності діяльності підприємств. Обґрунтовано доцільність диверсифікації оптового ринку сільськогосподарської продукції та запропоновано проект будівництва цеху з переробки картоплі на крохмаль. Умотивовано формування єдиного інформаційного простору країни та пропонується модель проекту „Інформаційний центр”.

Для наукових працівників, спеціалістів економічних служб і АПК, викладачів, аспірантів і студентів ВНЗ економічного профілю.

© Павленчик Н. Ф., 2014
© ТзОВ „Ліга-Прес”, 2014

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
1.1 Теоретична сутність поняття ринку сільськогосподарської продукції.....	6
1.2 Еволюція ринку сільськогосподарської продукції.....	34
1.3 Конкуренція як основоположна властивість ринку сільськогосподарської продукції.....	58
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
2.1 Атрибути відносин у форматі сегментів ринку сільськогосподарської продукції.....	78
2.2 Економічна природа та регулювальні прояви елементів ринкового механізму.....	104
2.3 Регуляторні прояви множини функцій на ринку сільськогосподарської продукції.....	125
2.4 Методика дослідження формування ринку.....	150
РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕГМЕНТІВ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
3.1 Динаміка відтворювальних процесів у сегментах виробництва та продукту.....	161
3.2 Товарорух продукції у сегментах реалізації і споживача.....	188
3.3 Чинники неефективності інноваційної діяльності на ринку сільськогосподарської продукції.....	215
РОЗДІЛ 4 СТРАТЕГІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
4.1 Прогнозування обсягу пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції в контексті процесу ціноутворення.....	230
4.2 Стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва.....	247
4.3 Формування підґрунтя ризиків та перспективи розвитку ринку сільськогосподарської продукції.....	267
РОЗДІЛ 5 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
5.1 Логістичні рішення на ринку сільськогосподарської продукції.....	293
5.2 Диверсифікація та правове забезпечення діяльності оптового ринку сільськогосподарської продукції.....	315
5.3 Інформаційне забезпечення функціонування ринку сільськогосподарської продукції.....	341
ВИСНОВКИ	359
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	365

ВСТУП

Ринок сільськогосподарської продукції за різноманітністю продуктів, інфраструктурою, територіальним розміщенням, роллю у життєзабезпеченні населення є одним із значущих у системі ринків країни. Він характеризується самобутніми теоретичними засадами, пройшов специфічну еволюцію розвитку, яка стала підґрунтям для формування основ інших ринків, має своєрідні особливості прояву відносин між учасниками, що відбуваються, в основному, в умовах досконалої конкуренції. Ринок створює умови для ефективної діяльності сільських виробників й став головним каналом реалізації їхніх товарів.

Проте наявність різновидів поняття ринку в аграрній сфері та факт їх вживання часто не відповідають окресленню навантаження й асортименту товарів. На відміну від інших, ринок сільськогосподарської продукції характеризується наявністю окремих сегментів, які взаємопов'язані між собою та формують його структуру. Кожен окремий сегмент: виробництва, продукту, реалізації і споживача – наділений властивими йому однорідними функціями і забезпечує в повному обсязі виконання визначеного виду діяльності. За таких обставин доцільним є виокремлення із загалу ринків поняття „ринку сільськогосподарської продукції”, що дасть змогу означити його як суб'єкт виробництва і просування продукції лише сільськогосподарських виробників для забезпечення розробки нормативно-правової бази саме під цей формат.

У контексті цього поняття „ринку сільськогосподарської продукції” пропонується розглядати як сукупність окремих сегментів, що мають споріднені риси і властивості, в основі функціонування яких лежать економічні відносини, спрямовані на забезпечення виробництва та логістичного перерозподілу потоків продукції від виробника до споживача в режимі визначеного часу і простору з метою збереження її якості й задоволення інтересів усіх учасників.

На ринку сільськогосподарської продукції проглядаються дві домінуючі проблеми: проблема виробника і споживача, які тісно взаємопов'язані з проблемою економіки аграрного сектору. Вирішити наявні питання не можна за рахунок впровадження одноразових рекомендацій чи застосування певних заходів, тому що атмосфера ринку поєднує одночасно інтереси суб'єктів підприємництва, діяльність яких є надзвичайно чутливою до впливу численних зовнішніх і внутрішніх чинників, і споживачів їхньої продукції, які є вимогливими, вибагливими і категоричні у своїх намірах задоволення потреб.

Теоретичні і методологічні підвалини еволюції розвитку ринку знайшли своє відображення в працях всесвітньо відомих вчених економічної науки, таких як: Д. Вільям, Д. Кейнс, Ф. Кене, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Рікардо, П. Самуельсон, Ж. Сей, А. Сміт, Ф. Хайск та ін., які установили внутрішні причинно-наслідкові зв'язки, провели глибокий аналіз розвитку ринкових явищ і процесів на макроекономічному рівні і спрямували свої

зусилля на дослідження функціонування ринкового механізму та умов формування кон'юнктури ринку.

Окремі аспекти дослідження економічної природи і сутності, напрямів розвитку ринку продукції аграрного сектору економіки постійно викликали інтерес і у вітчизняних економістів-аграрників. Вагомий внесок у теорію формування й функціонування ринку продукції сільського господарства зробили такі вітчизняні вчені, як В. Апопій, О. Біттер, Ф. Горбонос, М. Дем'яненко, Т. Дудар, С. Дусановський, С. Кваша, І. Лукінов, Ю. Лупенко, М. Малік, А. Павленчик, І. Червен, Г. Черевко, В. Юрчишин, І. Яців та ін.

Водночас існує низка невирішених проблем, особливо щодо врегулювання відносин на шляху товароруку, формування пропорційності структури узгодження попиту і пропозиції та встановлення репрезентованих цін, які стали б надійним засобом просування товарів на ринку. Недостатніми є дослідження ринку сільськогосподарської продукції у форматі сегментів виробництва, продукту, реалізації та споживача, оцінки прояву відносин у окремих сегментах та їх взаємозв'язків, організаційно-функціонального механізму регуляторних проявів множини функцій та ціноутворювальної взаємодії елементів його механізму. Є також необхідність дослідження механізму відносин в умовах досконалої конкуренції, виявлення причинно-наслідкових зв'язків, формування попиту і пропозиції та ціноутворення за угод миттєвого стану на ринку. Ще мають місце відмінності у системі категоріально-понятійного апарату ринку продукції сільського господарства, можуть зустрічатися вживання різних трактувань. Залишаються недостатньо вивченими питання підґрунтя ризиків у контексті перспективи розвитку ринку, діяльності оптового ринку, удосконалення логістичних процесів, інформаційного забезпечення та доцільності державного регулювання розвитку ринку на перспективу.

Зазначені проблеми набувають актуальності ще й у зв'язку із зняттям мита на експорт продукції вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників у країни Євросоюзу, що зобов'язує до врегулювання відносин на внутрішньому ринку і створення відповідного підґрунтя для вітчизняних продуцентів в умовах жорсткої конкуренції з виробниками аналогічних продуктів розвинутих в аграрному аспекті країн Європи.

Представлені у монографії концептуальні підходи та наукові дослідження низки питань науково-теоретичного і прикладного характеру з формування і функціонування ринку сільськогосподарської продукції допомогли виявити специфіку дії елементів ринкового механізму в умовах регуляторного прояву множини функцій і засвідчують їх предметну спрямованість на вдосконалення економічних відносин у процесі виробництва продукту та організації вільного просування сільськогосподарської продукції від виробника до споживача зі збереженням її обсягів та якості.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Теоретична сутність поняття ринку сільськогосподарської продукції

Прагнення до свободи вибору форм власності та господарювання було одним із пріоритетних намірів і бажань виробників на всіх етапах розвитку людства. Поглиблення суспільного поділу праці й розширення видів діяльності та виробництва ширшого асортименту продукції породило в одних виробників надлишок продукції над потребами, а в інших відсутність аналогічного продукту, що спричинило необхідність обміну між ними. Процес обміну зваблювався ще й інтересами до розширення асортименту споживаних продуктів у міру і в межах можливостей як одного, так і другого учасника, особливо, коли це стосувалося продукції різних галузей аграрного виробництва. Виробники-власники продукту безпосередньо з рук у руки могли здійснювати обмін між собою. Це був найпростіший акт, коли частина якогось продукту за допомогою міни набувала форми товару.

У реальності процес обміну одним виробником надлишкової продукції на продукцію іншого засвідчував про перші прояви товарних відносин в аграрному секторі, навіть незважаючи на те, що в основі обміну продуктами була не вартість як втілення затрат праці на їх добування чи виробництво, а їх потреба. Переважно обмін обсягами товарів визначався на основі їхньої корисності для кожного з учасників однаковою мірою, а місце обміну, як правило, – з позиції пристосованості до умов і спрощення доставки продукції. Такий обмін мав випадковий характер або міг бути передбачуваним заздалегідь між виробниками різної продукції в межах якоїсь певної місцини. Процес обміну відбувався на бартерній основі без прояву будь-яких ознак грошових відносин. Зазначена форма обміну здебільшого відбувалася у господарстві одного з учасників, не у пристосованому місці, яке могло бути доступним іншим виробникам. На нашу думку, це була форма зв'язків, які продукували найпримітивнішу форму ринкових відносин.

Подальший розвиток й удосконалення обмінних процесів, коли міна набула не випадкового, а регулярного характеру, у тому числі між усіма бажаними, а виробництво у значної частини продуцентів набуло товарного характеру, виникла потреба у збуті продукції на встановленому

місці, доступному для всіх бажаючих придбати її, яке означено було як ринок. Вважаємо, що в такий спосіб сформувалося природним шляхом і спеціальне місце, де могли зустрічатися й здійснювати обмінні операції виробники різноманітної продукції, які обмінювалися результатами роботи, але вже в еквівалентному розмірі за затратами праці на їх виготовлення. З появою специфічного товару “гроші” тут могли придбати товари усі бажаючі. Спеціально визначене місце, де могло відбуватися масове здійснення торгових відносин, в умовах яких виробники продавали свою продукцію, а споживачі могли придбати її, потребувало атрибута. Таке місце, на нашу думку, було означено як ринок.

Найімовірніше, поняття „ринок” запозичене від поєднання польського „*rynek*”, що означало „коло, міська площа” та середньовісньонімецького „*rinoges*”, що мало значення „кільце, обруч, збори”. Як економічне поняття ці слова набули значення „торгова площа”, а в етимологічному контексті ринок сприймався як „аукціон, на якому відбувається пошук ціни, що зрівноважує попит і пропозицію” [335]. На нашу думку, таке застосування слова „ринок” за природою походження зовсім не відображає динамічного розвитку і нинішнього розуміння поняття „ринок”, якому окреслена інша роль. Якщо у первісному значенні у поняття „ринок” вкладалося розуміння лише місця, де відбуваються спрямовані дії учасників на досягнення кожним своєї мети, то нині ринок виконує різноманітні функції і він є місцем, де взаємодіють покупці і продавці з купівлі-продажу товару. На ринку визначено окремі його сегменти, а основними елементами ринкового механізму є попит, пропозиція, ціна і конкуренція. Тут на рівних умовах кожний виробник може представити свій товар, а споживачі згідні його придбати за умови узгодження ціни.

На теренах Російської імперії, за царювання Петра I, слово „ринок” за змістовим значенням ототожнювалося із словом “базар”, яке походило від персидського „*bazar*” і несло в собі два значення: „благодійний захід”, що представляв запозичення із французької мови „*bazaar*” або німецької – „*basar*”, та „ринок, ярмарок”, що походить від персидського через тюрський „*bazar*” і означає торговище [335].

Поява ярмарку відбулася за умов натурального ведення господарства та економічної роздробленості, коли торгівля мала нестійкий, епізодичний характер і обслуговувала переважно заможні верстви населення, забезпечувала їх передусім рідкісними і дорогими привізними товарами. Подальший розвиток його залежав від виникнення великих міст. Ярмарки стали центрами оптової торгівлі, насамперед такими товарами, як хліб,

вино, руда, метали, срібло, сукно тощо, це приносило значні доходи власнику території, на якій відбувалися ці процеси [71].

Описати зміст і функції ринку загалом та процеси його розвитку у далекі часи намагався у своїх працях древньогрецький філософ Аристотель. Ним зроблено спроби дослідити частини ринкового механізму, такі як „розподіл праці”, „обмін”, „гроші”, „вартість”, „ціна”, „капітал” тощо, які, по суті, нині розглядаються як елементи і складові ринку. Філософ зауважив, що факт виробництва продукції є для обміну, а саме для ринку [144, с. 498].

Основною ідеєю і досягненням старогрецького філософа і мислителя Аристотеля є узагальнення з можливості зрівноваження різних благ та результатів праці в обміні за рахунок ринку, на засадах „еквівалентності“ та „пропорції“. У протилежному разі, він вважав, не може бути мови ні про обмін, ні про ринок, ані про суспільство. Цей методичний підхід доводить, що філософ Аристотель розглядав ринок як систему, в якій відбувається регулювання відносин виробництва і споживання виробленого продукту на рівні суспільства. Проте ним не подається і не розглядається механізм функціонування та роль кожного з визначених елементів у розкритті поняття, суті та змісту ринку як економічної категорії.

Висока аморфність поняття „ринок” не сприяла навіть представникам класичної школи політичної економії А. Сміту і Д. Рікардо дати „ринку” чітке політико-економічне визначення. Це зумовлено тим, що поняття „ринок” відносили до зовнішніх поверхневих явищ ринкової економіки, а тому цей термін вони використовували передусім для характеристики ринкового попиту [71]. Саме тому А. Сміт вважав, що головним стимулом і економічною основою діяльності людей є задоволення їхніх потреб шляхом обміну результатами праці. А на ринку не лише відбувається обмін, а й проявляється рівноцінність і відмінність товарів та виникають відносини [144, с. 498].

Протягом тривалого періоду багато економістів-теоретиків здійснювали пошуки обґрунтування тлумачення поняття „ринок“. Проте у довідковій літературі й нині не існує чіткого методичного підходу до його пояснення. Здебільшого це стислий виклад, зорієнтований на місце організації торгівлі з урахуванням наявності товарного обігу. У тлумачному словнику російської мови, за редакцією Т. Єфремова, ринок розглядається у двох варіантах: як сфера товарного обігу і як місце роздрібно́ї торгівлі під відкритим небом або в торгових рядах [341].

Запропоноване трактування не має методичного обґрунтування, містить лише окремі властивості, що характеризують ринок, а тому його не

можна сприйняти як взірцеве. Аналогічним, без економічного підґрунтя є трактування ринку авторами тлумачного словника С. Ожеговим та Н. Шведовою [341]. Вони вважають, що на ринку відбувається сфера товарного обігу і товарообороту як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівнях, а для цього необхідне місце.

У тлумачному словнику В. Даля розуміння ринку зводиться до певної площі у містах та селах, де з'їжджаються покупці й продавці у конкретно визначені дні. Тотожним такому визначенню є розуміння ринку, що викладене авторами у тлумачному словнику за редакцією Д. Ушакова [341]. Його доповнено лише „місцем, де відбувається сфера товарного обміну і товароруху”.

Сучасний тлумачний словник трактує ринок як сферу товарного обігу; попит і пропозиція товарів і послуг, фінансових ресурсів, цінних паперів, золота, коштовностей, інвестицій, праці тощо, додаючи, що ринком також називається місце, де відбувається торгівля [341].

Автори радянського енциклопедичного словника „ринок” загалом подають як сферу торгового обміну; у політико-економічному значенні – пропозиція і попит на товари в масштабі світового господарства, країни і її окремих регіонів, не залишаючи поза увагою вклад у дефініцію певного місця, де відбувається торгівля [269].

Розуміння сутності поняття ринку американські вчені К. Макконнелл і С. Брю зводять до наявності певної організованої структури, якій надають роль механізму, що однаковою мірою забезпечує умови для взаємодії покупців і продавців на рівних засадах. „Ринок – це інститут або механізм, що зводить до купи покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг“ [311, с. 81]. У цьому визначенні ринок розглядається як інституційний суб'єкт, у межах якого діє механізм, що приваблює виробників і споживачів. Тому він може виконувати лише технічну основу взаємодії між суб'єктами і поняття ринку зводиться лише до місця у просторі, хоча між партнерами виникають суто звичні, примітивні відносини, вектори яких спрямовані на задоволення інтересів кожного. Незважаючи на це, і за таких умов, вважати достатньо обґрунтованим методичний підхід до розуміння ринку, яке представлено названими вченими, немає підстав.

У працях багатьох світових і вітчизняних учених-економістів сформована низка трактувань і дефініцій поняття „ринок“, які в основному відображають уявлення вченого стосовно тієї сторони, ознаки чи властивості, яку він визначає пріоритетною. Проте загалом вибудовується схожість усіх трактувань, що зумовлені економічною природою формування

ринку. Тому розуміння поняття „ринок” у багатьох із них збігається, але характеризується індивідуальним підходом.

Серед учених, які намагалися розкрити „ринок” з наукового погляду, першим був французький учений-економіст О. Курно. На його переконання, ринок – це „будь-який район, в якому відносини покупців і продавців настільки вільні, що ціни на ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вимірюватися“ [71]. В основу розуміння поняття „ринок” він поклав місце зустрічі покупців і продавців, не надаючи належної ваги відносинам між ними, вважаючи лише, що ціни на товари є динамічними і можуть бути легко врівноваженими. Майже тотожними є погляди англійського вченого А. Маршалла, який вважав, що „чим досконалішим є ринок, тим сильнішою є тенденція у всіх його пунктах у той самий момент платити за той самий предмет однакову ціну“ [71]. Але, на відміну від О. Курно, його увага зосереджується більше на ролі ринку як вирівнювача ціни в масштабах певного регіону чи навіть країни.

Зазначені підходи вчених О. Курно і А. Маршалла в основному розкривають організаційну роль ринку, в умовах якого відбувається порівняння товарів із врахуванням оцінки їх вартості. Проте їх судження в жодному разі не характеризують ринок як місце, в умовах якого проявляються відносини між виробниками і продавцями, а лише акцентують увагу на участі ринку у вирівнюванні ціни, у процесі відчуження і привласнення товарів, у різній місцевості.

Характерним є методологічний підхід до розуміння сутності ринку вчених-економістів Польщі [319; 321; 331]. В основу формування ринку вони вкладають загал економічних умов, в яких відбуваються трансакції між продавцями товарів і послуг та їх споживачами. Їх баченням і основною вимогою до розуміння ринку є те, що підґрунтям проведення операцій обов'язково має виступати забезпечення певними фінансовими ресурсами [323]. На жаль, за такого підходу, на нашу думку, не конкретизується джерело формування зазначених економічних умов. Не відомо, як проявляють свою дію закони вартості, попиту і пропозиції і хто виступає ініціатором домовленості між покупцями і продавцями. Однак для характеристики сутності ринку вчені використовують товарно-грошові відносини і це надає особливої ознаки визначенню ринку. Упущенням, вважаємо те, що позиційно ринок ними розглядається у площині лише взаємовідносин між партнерами і досить автономно, без натяку на будь-яку іншу його роль, особливо стосовно значення ринку в забезпеченні населення товарами.

Ринок упродовж усього періоду існування товарного виробництва розвивався всебічно, а як економічна категорія приваблював економістів до його дослідження. Багато уваги цьому питанню приділили вчені-теоретики минулого: Д. Вільям, Д. Кейнс, Ф. Кене, К. Маркс, П. Самуельсон, Ж. Сей, А. Сміт, Ф. Хайск та ін. Їхні напрацювання й здобутки заклали підґрунтя формування теоретичної сутності ринку загалом. Проте динамічність і варіативність ринкових відносин, диверсифікація розвитку економічних систем та сегментації ринку в умовах глобалізації спонукали і спонукають до подальшого вивчення окресленої проблеми.

Наприклад, американські економісти Е. Долан і Д. Ліндсей вважають, що ринок – це будь-який взаємозв'язок, в який люди вступають для торгівлі одне з одним [61, с. 207]. Водночас Ф. Котлер, оцінюючи ринок з погляду маркетингової науки, трактує його як сукупність існуючих і потенційних покупців товару чи послуги, які отримують їх шляхом обміну [109, с. 211].

Немає підстав визнати достатньо методично і теоретично обґрунтованим підхід до розуміння поняття ринку, який пропонують вчені П. Семюелсон, А. Нордгауз та Д. Вільям. Ринок вони сприймають як певний механізм, в умовах дії якого будують свої відносини продавці і покупці, на засадах, що дає змогу врегулювати ціну та кількість товарів, задовольняючи учасників. „Ринок – це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну та кількість товару“ [260, с. 75].

Підходи вчених П. Самуельсона та В. Нордхауза до поняття „ринок“ поділяють і автори Д. Бегг, С. Фішер і Р. Дорнбуш популярного у США та країнах Європи підручника з економіки „Mikroekonomia“. Ринок вони розглядають як загальну назву процесу, який завершується рішенням: домогосподарств – щодо споживання альтернативних товарів; підприємств – стосовно того, що і як виробляти; працівників відносно кількості та споживання товару. Ці питання узгоджуються завдяки відповідному взаємному достосуванню цін [318, с. 125].

Аналогічними можна вважати погляди низки польських вчених, таких як В. Gradziuk, А. Czyżewski, А. Heinsz, W. Pizło, до розуміння ринку як процесу, за посередництвом якого взаємні дії покупців і продавців певного товару ведуть до визначення його ціни й кількості [321; 322; 327].

Сприйняття ринку лише, як механізму, який лише забезпечує взаємодію між продавцями і покупцями, щоб визначити ціну і кількість товару, не має ґрунтового методичного забезпечення і є не зовсім етичним. На ринку дійсно формується такий механізм, який забезпечує певною мірою вирішення суперечностей між продавцями і покупцями й відповідає дії єдності та протиборству окремих видів економічних законів. Але механізм –

це спосіб, який визначає порядок певного виду діяльності [71], а у трактуванні зовсім не акцентується увага на участі виробника у формуванні ринку продукції і не розглядаються існуючі виробничі чи економічні відносини на рівні виробництва від яких значною мірою залежить формування відносин між продавцями і покупцями у процесі визначення ціни й кількості товару. До того ж у визначенні зовсім не акцентується увага на місці ринку в просторі.

Дискусійним може стати трактування ринку авторами, які припускають, що „ринок являє собою систему інститутів, які зводять покупців і продавців конкретного товару або послуг“ [2, с. 191]. Воно не відображає системи економічних відносин, які виникають між учасниками ринку з приводу купівлі-продажу товару і, на нашу думку, є недостатньо методично обґрунтованим.

Лише частково можна погодитися з бельгійським економістом Гвідо Ван Хуленбруком, який використовує лише окремі риси та властивості ринку для формування його трактування. Він вважає, що ринок – це механізм взаємодії покупців і продавців, які через співвідношення попиту і пропозиції товару визначають його ціну [155, с. 111]. Задоволення інтересів учасників ринку відбувається на основі узгодження ціни у процесі товарно-грошових відносин. Проте, формування і реалізація зазначених відносин значною мірою залежать від поведінки виробників, якщо вони не є продавцями. А тому звести поняття ринку лише до взаємовідносин між продавцями і покупцями є не зовсім коректним.

Дискусійним також є трактування ринку як сукупності трансакцій купівлі і продажу та умов, у яких вони здійснюються [323, с. 58], зважаючи на те, що під трансакцією можна розуміти як банківську операцію, яка полягає у перерахунку грошових коштів, так і угоду, яка формується на засадах взаємних поступок, з урахуванням побажань партнерів. Ці операції є виключно технічною стороною у торгово-грошових відносинах і не можуть характеризувати сутності ринку.

Натомість, сучасні польські економісти до поняття ринку долучають й інші риси та особливості, що надають йому більшої змістовності та обґрунтованості. Так, дослідник А. Яблонська намагається сутність ринку розглядати як сукупність трансакцій купівлі і продажу та умов, у яких вони здійснюються [328, с. 96], тоді як С. Марціняк вважає, що ринок являє собою лише сукупність економічних умов, в яких здійснюються і підкріплюються відповідними фінансовими розрахунками обмінні трансакції між продавцями, що пропонують товари та послуги, і покупцями, які мають потреби в них [323, с. 147]. І зовсім примітивним – як форму

зв'язків на кшталт технічних між: виробниками; виробниками і домогосподарствами; виробниками і домогосподарствами та різними фінансовими інституціями; фінансовими інституціями і центральним банком; усіма названими суб'єктами та центральною і локальною владою – розуміє ринок М. Насіловський [325, с. 241]. Вважаємо, що ці погляди та методичні підходи не відображають природу й сутність відносин між учасниками ринку та можливості розвитку багатосторонності взаємозв'язків, які розвиваються фактично між ними і мають повне право на існування.

Не може, на нашу думку, претендувати на загальне визнання трактування поняття ринку, що подається в економічній енциклопедії „Політична економія“ [312]. Під ринком автори цього видання розуміють сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарів і завершальне визнання суспільством характеру втіленої в них праці.

Воно сформовано з акцентом уваги лише на процесах однієї з фаз суспільного виробництва – сфери обігу, залишаючи поза увагою інші – виробництво і розподіл продукту, що зумовлює недостатність висвітлення сутності економічної категорії поняття ринку, а опісля – і недосконалість дефініції. Із цим погоджуються і самі автори, оскільки не заперечують, а, навпаки, стверджують, що „ринок інформує товаровиробників про стан справ у всіх галузях і сферах господарського життя, визначає суспільну корисність їх продуктів, вказує напрямки і характер змін виробничих програм“ [312]. До того ж ринок, як економічний механізм, на нашу думку, унеможливує ототожнення трактування ринку та процесу обміну, тоді як у сучасній економічній енциклопедії ринок подається як сфера товарного обміну [270].

Процес еволюції ринку зумовлював зміну його трактування. Вчені-теоретики намагалися удосконалити визначення, використовуючи різні ознаки, властивості й риси, що притаманні ринку у форматі його місця, ролі, значення, завдання, умов та засад функціонування у суспільному виробництві та житті людей. Переконливим є те, що в основі формулювання поняття „ринок“ багато вчених уживають категорію економічних відносин, які супроводжують процеси виробництва, обміну та споживання, надаючи їм лише іншу спрямованість, що пов'язана з обміном товарів.

Наприклад, В. Базилевич розглядає ринок як систему економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових відносин і фінансово-кредитних механізмів [73, с. 184], тоді як Г. Башнянин вбачає у

ринку „сукупність економічних відносин між людьми у сфері обміну, посередництвом яких здійснюється реалізація результатів людської діяльності” [194, с. 193].

Проте використання В. Базилевичем у трактуванні словосполучень „товарно-грошових відносин і фінансово-кредитних механізмів”, на нашу думку, обтяжує визначення, оскільки обмінні операції не відбуваються без наявності товарно-грошових відносин. Якщо дотримуватися запропонованого методологічного підходу формування дефініції, то доцільно відобразити й інфраструктуру, від роботи елементів якої, таких як торгові ринки, біржі, магазини, ярмарки тощо, що забезпечують товарорух, значною мірою залежать ефективність функціонування ринку і його розвиток. Недоречною також, на нашу думку, є пропозиція врахувати у трактуванні ринку й ті обставини, за умов яких передбачається купівля-продаж, яка опосередковує і практично реалізує весь процес обміну, тобто ще й умови, важелі, інституції та інструменти, які не існують поза ринком [19; 26].

Ринок, на думку економіста Л. Мельника, є центральним моментом системи товарного господарства, через яку проходять майже всі матеріальні блага і послуги. Це одна з ланок ринкової економіки, яка пов’язує між собою виробника та споживача і є проміжною між виробництвом, яке закінчилося, та споживанням, яке ще не розпочалося [132, с. 75].

За переконанням таких учених, як О. Мамалуй, О. Грищенко і Л. Грищенко, „Ринок – це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу“ [156, с. 88-89] Аналогічного методичного підходу до формування дефініції ринку дотримуються й інші автори [73; 159]. Вони вважають, що з розвитком суспільства ринок удосконалювався і перетворився з автоматично діючого, саморегульованого механізму в цивілізований рівень відносин, що визначається широким арсеналом і господарською практикою законодавчих і моральних норм. „Сучасний же ринок – це один з феноменів, який зумовлює складну систему господарювання, в якій тісно взаємодіють ринкові закономірності, численні регулюючі інститути (передусім державні) і масова свідомість“ [159, с. 154].

На нашу думку, такий підхід більше ґрунтується не на науковому підході, а на емоційному піднесенні вчених. Якщо до числа регулюючих інститутів вони долучають біржі, аукціони чи посередників, то вони не завжди є державними, та й виконують функції з організації взаємовідносин між виробниками і споживачами, що важко вважати регулюючими. Проте в

цьому підході у розумінні ринку вихолощено одну з основних його рис – це формування взаємозв'язків і відносин між виробниками і споживачами, рівень яких зводиться до такого: для споживача дешевше купити, а виробника – дорожче продати, і їх “свідомість” реалізується лише за умови, коли ціна буде узгодженою як для однієї, так і для іншої сторони.

За переконанням А. Архипова, „ринок – це форма організації спільної економічної діяльності людей, яка ґрунтується на трьох обов'язкових ознаках: приватна власність, добровільна економічна взаємодія самостійних і незалежних один від одного суб'єктів і конкуренція” [306, с. 57]. Сутність даного визначення більше характеризує формальну сторону створення і функціонування ринку, ніж може стати підґрунтям для наукового обґрунтування терміна.

Глибоко і ґрунтовно опрацьовані теоретичні засади ринку відомим ученим С.Мочерним. Він вважає, що „сучасний ринок – певна сукупність економічних відносин між домашніми господарствами, різними типами фірм та організацій (насамперед крупними компаніями) і державою (у тому числі наднаціональними органами) з приводу купівлі товарів і послуг у сфері обігу та механізм забезпечення цього процесу відповідно до законів товарного виробництва і грошового обігу“ [141, с. 159]. Економічні відносини, які виникають між виробниками, продавцями і споживачами та проявляються відповідно до дії законів товарного виробництва, грошового обігу, попиту і пропозиції, визнаються вченим як ґрунтоутворювальний пласт економічної категорії ринку, що надає його трактуванню обґрунтованого підходу, формату визначеності і змістовності.

Досліджуючи теоретичні засади, учений доходить висновку, що сутність ринку необхідно розглядати з позиції виконання ним функцій, основними з яких є: оцінна; комунікативно-зв'язуюча; стимулююча; регулююча; контрольна; посилення конкуренції. Відтак він подає досить містке трактування ринку як певної сукупності економічних відносин між різними типами фірм та індивідами, державами та іншими суб'єктами з приводу купівлі-продажу товарів і послуг, де остаточно визначаються їхні вартість і реалізація. Завдяки цьому посилюється конкуренція між товаровиробниками за зниження витрат виробництва і підвищення суспільної корисності товарів, частково забезпечується пропорційність розвитку народного господарства, неперервність суспільного відтворення і формування цілісності економічної системи, а також здійснюється опосередкований контроль споживачів за виробництвом товару [71].

Ринку, що повсякчас функціонував у різних суспільно-економічних формаціях від первіснообщинного ладу до соціалізму, властивим є те, що

головним його суб'єктом є люди, яким притаманні риси економічного і соціального характеру. Це, як зазначає П. Макаренко, саморегульований соціально-економічний механізм, який забезпечує здійснення обміну товарами в суспільстві у різних формах обміну, включаючи найпримітивніші.

Реалізація розмаїття форм здійснювалась за умов функціонування різних моделей ринкової економіки, серед яких, на думку вченого, можна виділити моделі первісного нагромадження капіталу, класичного товарного господарства (епохи вільної конкуренції), сучасні моделі економіки ринкового типу. Учений допускає можливість існування такої ринкової економіки, яка характерна лише для України [122, с. 152].

Погляди та підходи вчених до трактування та розуміння суті поняття „ринок” систематизовано та подано у табл. 1.1.

У структурі ринку України в цілому класифікують гаму окремих видів, таких як ринок засобів виробництва, ринок робочої сили, фінансовий ринок, ринок послуг, валютний ринок, ринок освіти тощо. Кожен із них поділяється на окремі сегменти і має відповідну внутрішню структуру. Складовою ринку країни є й ринок продукції сільського господарства.

Формат ринку продукції сільського господарства – надзвичайно багатовидовий і різноманітний. У його середовищі створюється й розвивається система економічних відносин між виробниками та споживачами, формуються виробничо-економічні зв'язки і має місце органічне поєднання аграрного виробництва та інших галузей національної економіки, зокрема галузей промисловості, що постачають ресурси й обслуговують його, транспорту, підприємств з переробки аграрної продукції й мережі торгівлі, які доводять продукцію сільського господарства до споживача, яка лише через акт купівлі-продажу набуває форму товару.

Погляди та методичні підходи більшості вчених до розуміння сутності ринку продукції аграрного сектору економіки та його трактування базуються на використанні класичного підходу, в основі якого лежать економічні відносини між учасниками ринку: виробниками і споживачами, покупцями і продавцями та іншими суб'єктами – з приводу здійснення обмінних операцій, що відбуваються в ході реалізації сільськогосподарської продукції, наголошуючи, що обов'язковим атрибутом обміну мають стати узгоджені інтереси всіх учасників ринку. Вони є різноплановими, специфічними, своєрідними, певною мірою неадекватними і, на нашу думку, потребують обговорення й дискусії.

**Погляди та підходи вчених до трактування та розуміння суті поняття
„ринок”***

Вчені	Форма	Сутність	Напрямок функціонування, прояв
Аристотель	ринок	система регулювання відносин виробництва і споживання продукту	обмін на рівні суспільства
Сміт А.	ринок	відбувається обмін товарами на основі відносин	задоволення потреб завдяки обміну результатами праці
Макконнелл К., Брю С.	ринок	інститут або механізм, що зводить до купи покупців і продавців окремих товарів і послуг	забезпечує умови взаємодії учасників на рівних засадах
Курно О.	ринок	вільні відносини покупців і продавців у динамічних вимірах ціни	динаміка цін легко урівноважується
Долан Е., Ліндсей Д.	ринок	взаємозв'язок між людьми у торгівлі один з одним	здійснення товарно-грошових відносин
Котлер Ф.	ринок	сукупність покупців товару чи послуги, які отримують за допомогою обміну	обмінні процеси купівлі-продажу
Мочерний С.	ринок	сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами	купівля товарів для власного використання і як сировини для переробки
Семуельсон П., Нордгауза А., Вільям Д.	ринок	механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну та кількість товару	врегулювання ціни та кількості товарів, що задовольняють учасників
Гайдуцький П., Саблук П., Лупенко Ю.	ринок	система інститутів, які зводять покупців і продавців конкретного товару або послуг	економічні та товарно-грошові відносини
Румянцев А.	ринок	сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну	визнання суспільством характеру втіленої праці та корисності товару
Базилевич В.	ринок	система економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг	товарно-грошові відносини і фінансово-кредитні механізми
Башнянин Г., Лазур П., Медведєв В.	ринок	сукупність економічних відносин між людьми у сфері обміну	реалізація результатів людської діяльності
Мельник Л.	ринок	взаємозв'язок виробника та споживача, що є проміжною ланкою у споживанні	товарний обмін, через який проходять матеріальні блага і послуги
Мамалуй О., Грищенко О., Грищенко Л.	ринок	сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами	обмін товарами за законами товарного виробництва і грошового обігу
Архипова А.	ринок	форма організації спільної економічної діяльності людей	економічна взаємодія незалежних суб'єктів і конкуренція
Макаренко П.	ринок	саморегульований соціально-економічний механізм	різні форми обміну, навіть найпримітивніші

*Примітка: узагальнено на основі [2; 71; 73; 109; 122; 123; 141; 144; 156; 194; 260; 266; 312].

Питання дослідження економічної природи і сутності, напрямів розвитку ринку продукції аграрного сектору економіки постійно викликають інтерес і в нинішніх економістів-аграрників. Вагомий внесок у теорію формування та функціонування ринку продукції сільського господарства зробили такі вітчизняні вчені, як В. Андрійчук, О. Боднар, В. Бойко, П. Гайдуцький, Ф. Горбонос, Б. Губський, М. Дем'яненко, Т. Дудар, С. Дусановський, С. Камілов, С. Кваша, Ю. Коваленко, І. Лукінов, М. Малік, В. Месель-Веселяк, Н. Міщенко, О. Могильний, А. Павленчик, Д. Полозенко, П. Саблук, М. Сахацький, І. Топіха, І. Червен, Г. Черевко, О. Шевчук, О. Шпичак, В. Юрчишин та ін. Їхні дослідження акцентовано, головним чином, на теоретичних, методологічних і практичних аспектах ринку, розвитку його окремих сегментів та складових, ролі, значенні та ефективності функціонування з урахуванням регіональних особливостей.

У науковій та економічній літературі і нині ще існують відмінності у системі категоріально-понятійного апарату ринку продукції сільського господарства. Навіть в одній і тій самій праці окремого науковця можуть траплятися різні вживання його трактувань. Найчастіше використовують такі дефініції, як „агропромисловий”, „аграрний ринок”, „ринок сільськогосподарської продукції”, „агропродовольчий”.

Значне розмаїття понять зумовлене різними методичними підходами вчених, за основу яких взято довільний формат змісту діяльності та факт навантаження видів товарів, що наповнюють кожен із зазначених ринків. Вони не завжди перебувають у відповідності, а інколи є і в певному протистоянні. Зважаючи на перспективу, це ускладнює встановлення відповідних контурів меж і диверсифікацію функціонування ринків, а також унеможлиблює розробку стратегії та форм і методів ефективного державного їх регулювання з метою поліпшення вільного й прозорого просування сільськогосподарської продукції від виробника до споживача. Усе це вимагає поглиблення наукових пошуків і окреслення шляхів оптимального їх вирішення.

Учені впродовж багатьох років намагалися вдосконалити визначення ринку аграрної продукції, використовуючи різні ознаки, властивості та риси, що притаманні у форматі його місця, ролі, значення, завдання, умов і засад функціонування у суспільному виробництві та житті людей.

Наприклад, методологічний підхід Ю. Коваленка до трактування ринку ґрунтується на врахуванні обмінних процесів участі інститутів усього агропромислового комплексу, спрямованих на здійснення обміну. Він вважає, що „аграрний ринок – це система установ, методів та ресурсів здійснення обмінних процесів, головним завданням якої є координація та

управління агропромисловим виробництвом країни з метою задоволення споживчих потреб її громадян“ [97, с. 21].

На нашу думку, автор дещо некоректно підходить до врахування і відображення у терміні „ринок“ сукупності економічних відносин, що складаються й існують у сфері обміну [97, с. 20]. Він вважає, що відносини не є визначальними, „які ні на що, крім обміну, не впливають і не виходять за його межі“ [97, с. 20]. Натомість автор намагається включити до терміна аграрного ринку установи, методи управління агропромисловим виробництвом та ресурси, які беруть участь в обмінних процесах.

Усупереч позитивній дискусії, учений вважає, що „аграрний ринок залишається дуже простим за формою“ [97, с. 19], але потребує дослідження та виявлення природи внутрішньої будови ринку, еволюції його розвитку й ефективного функціонування тощо, позаяк такі дослідження в економічній літературі поки що слабо відображені, як і не достатньо чітким є трактування аграрного ринку.

Ґрунтовно підходить до розкриття сутності поняття аграрного ринку і економіст-аграрник І. Кириленко. Він пропонує вивчати ринок з позиції суспільного виробництва у всій його сукупності, включаючи сферу обігу, виробництва і реалізації вироблених товарів, як актів купівлі і продажу, у тому числі й посередницьку форму діяльності, а з точки зору суб'єктів і об'єктів розглядати як сукупність економічних відносин різних суб'єктів товарного господарства з приводу обміну продуктами праці або діяльності [92, с. 296]. Класифікувавши суб'єкти ринку за сферами діяльності, він доходить висновку, що ринок – це тісний взаємозв'язок і взаємодія багатьох людей, підприємств, галузей, а їх зв'язки створюють єдине ціле, тому ринкова економіка належить до типу органічних систем, а отже, у вузькому розумінні ринок – це певне місце, де зустрічаються продавці і покупці товарів, тобто є взаємодія попиту і пропозиції. А в широкому розумінні ринок – сфера та потоки руху товарів і грошей на всіх рівнях та усіх складових економічної системи [92, с. 298]. Дослідник І. Кириленко характеризує сутність аграрного ринку як складне і багатомірне утворення, що охоплює ринок землі, ринок засобів виробництва, які купують сільськогосподарські підприємства; ринок реалізації їх продукції. Кожне з визначень має свої особливості і охоплює певні види та підвиди ринків. Але саме від ефективності функціонування ринку реалізації продукції значною мірою залежить ефективність функціонування перших двох [92, с. 78]. Сумнівним, на наш погляд, є включення вченим І. Кириленком до поняття аграрного ринку складової „ринок засобів виробництва, які купують сільськогосподарські підприємства”, оскільки він є самостійним видом.

Чимало дослідників переконані, що „аграрний ринок – це складна система товарного обігу, яка включає виробництво і рух продукції до споживачів. Він формується і функціонує під впливом об’єктивних економічних законів, зокрема, закону вартості і закону попиту і пропозиції“ [2, с. 191]. Учені допускають, що в основі трактування аграрного ринку лежить система товарного обігу й він проявляє регулювальну функцію у сфері виробництва, обміну, розподілу і споживання на основі дії законів попиту і пропозиції. Підставою припущення, на нашу думку, виступає об’єктивна економічна діяльність виробників сільськогосподарської продукції, що орієнтуються на ринок в умовах досконалої конкуренції, свободи вибору виду виробництва та споживачів і одержання максимальної вигоди.

Учений С. Мочерний аграрний ринок сприймає як ринок сільськогосподарської продукції. Його методологічний підхід будується на з’ясуванні основних функцій, розуміння ролі і завдань ринку. Економічну сутність ринку сільськогосподарської продукції вчений розглядає як певну сукупність економічних відносин між різними типами фірм та індивідами, державами 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, частково забезпечується пропорційність розвитку народного господарства, неперервність суспільного відтворення і формування цілісності економічної системи, а також опосередкований контроль споживачів за виробництвом“ [71]. На нашу думку, запропоноване визначення аграрного ринку С. Мочерним є досить великим, має надто високий рівень деталізації, чим переважує його, але одночасно продуманим і виваженим. З С. Мочерним поділяють поняття і автори сучасного економічного словника за редакцією Б. Райзберга, які вважають, що ринок аграрний – це і є ринок сільськогосподарської продукції [239, с. 183].

Окремі вчені методологічний підхід до трактування ринку продукції сільського господарства будують на підставі виділення відмінних особливостей, властивостей, ролі і значення окремих сегментів ринку, його інструментів і ланок, умов функціонування тощо.

Для аграрної сфери функціонування ринку, як такого, П. Гайдуцький вважає надзвичайно важливим. „Організація прозорого аграрного ринку має розглядатися як один із інструментів оздоровлення фінансового стану сільського господарства”, оскільки “основною метою регулювання аграрного ринку є досягнення стабільності попиту, пропозиції, обсягу

продажу та цін” [29, с. 5]. У такому підході охоплюється широкий формат функціонування аграрного ринку, який включає сферу виробництва і рух продукції до споживачів.

В основу організації й розвитку аграрного ринку деякі вчені покладають роль і значення інфраструктури [23; 298; 302] й застерігають, що розбудова аграрного і галузевих (сегментних) ринків є способом нейтралізації впливу комерційних структур і посередників, діяльність яких переважно пов’язується лише із загостренням цінового диспаритету та вимиванням фінансових ресурсів у товаровиробників. Наявність на аграрному ринку комерційних структур і посередників перешкоджає прозорому просуванню продукції від виробника до споживача. „Для приватного власника добре організований аграрний ринок – це найбільший шанс виграти в ціні, продаючи свою продукцію...” Аграрний ринок орієнтує товаровиробників насамперед у ціні та обсягах продажу, виборі вигідних каналів та способах реалізації продукції [23, с. 133].

За переконанням О. Мороза, функціонування аграрного ринку пов’язане з наявністю економічних відносин у процесі реалізації продукції сільськогосподарськими виробниками. Але ринок сільськогосподарської продукції він розглядає як сукупність низки специфічних окремих її ринків, у тому числі цукру, зерна, овочів, молока, м’яса тощо [140, с. 18].

На думку Л. Левківської, найважливішою умовою формування цивілізованого аграрного ринку є його структурні елементи, яким властиві різноманітність каналів реалізації, форм купівлі-продажу, посередників та покупців, а також розвинена мережа сервісного, насамперед науково-інформаційного, обслуговування товаровиробників [115, с. 415].

Окремі дослідники розглядають аграрний ринок з позиції значення і ролі його у підвищенні ефективності діяльності сільських товаровиробників. Зі створенням мережі інститутів аграрного ринку – від кожного окремого села аж до обласного центру – Т. Биткова і А. Буряк безпосередньо пов’язують позитивні результати діяльності господарюючих суб’єктів [20, с. 130].

На переконання низки вчених, наповнення організованого й прозорого аграрного ринку потужними та ефективними складовими, якими має стати мережа інститутів ринкової структури, таких як біржі, торгові дома та інші елементи інфраструктури, може узгодити інтереси сільськогосподарських товаровиробників і споживачів. Проте ці інститути повинні не просто забезпечити операції з купівлі й продажу, а брати активну участь у формуванні реальної об’єктивної ціни.

Саме тому необхідною умовою формування конкурентоспроможного аграрного сектору вчені М. Малік і О. Шпикуляк вважають розбудову інституційної системи регулювання аграрного ринку, яка визначає сектори та об'єкти регуляторних впливів [125, с. 174]. Науковці переконані, що „розбудова ефективного, регульованого аграрного ринку, який би виконував покладені на нього функції, характеризується незавершеністю, яка полягає у незабезпеченні ринком сприятливого економічного механізму господарювання, а з боку держави ефективних інституцій регулювання” [125, с. 175]. Це зумовлено тим, що вільного ринку в природі не існує, „не може бути повної економічної свободи, але повинна бути достатня економічна свобода, яка сприяє швидкому розвитку економіки і забезпечується розвитком нормального, цивілізованого регульованого ринку” [84, с. 13].

Формування прагматичного, організованого ринку забезпечує швидке вирівнювання товарних запасів і цін у просторі, переконаний П. Макаренко. У разі надлишку виробництва певного виду товару відбувається зниження ціни, що зацікавить покупців. Неодмінно, за умови зниження ціни, споживачі купуватимуть більше такого товару і зменшаться його надлишкові запаси, що не стимулюватиме дії виробників, оскільки відповідно до закону вартості виробнику мають бути відшкодовані його витрати уречевленої і живої праці, що є основною умовою продовження процесу виробництва. Скорочення пропозиції певного товару через недостатній рівень його виробництва підвищить ціну і, цим самим, розширюється виробництво, тобто товаровиробники можуть скористатися сприятливою ситуацією щодо попиту, який збільшився, і отримати більшу виручку [122, с. 59].

У Законі України „Про державну підтримку сільського господарства” аграрний ринок трактується як сукупність правовідносин, пов'язаних з укладанням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції [206], що дає підставу розглядати його як систему економіко-правових відносин, положення якого є правовим механізмом, що забезпечує безперервний прямий і зворотний зв'язок між виробниками та споживачами сільськогосподарської продукції.

Останніми роками поряд із поняттям „аграрний ринок” низка вчених-аграрників стала вживати поняття „ринок сільськогосподарської продукції”. Так, не вдаючись до науково-методичного обґрунтування, окремі науковці поняття ринку сільськогосподарської продукції подають як широку сферу господарської комерційної діяльності і прикладення праці, що одержала великі можливості розвитку в нових умовах роботи [340]. Виходячи з

намагання надати важливості і значення розвитку регіонального ринку сільськогосподарської продукції, низка дослідників трактує його як організовану систему, що має соціально-економічні, правові, адміністративні особливості, що притаманні лише конкретному регіону, в якому здійснюються процеси у сфері обміну з метою задоволення соціально-економічних потреб населення і товаровиробників регіону [6, с. 8].

Один із небагатьох учених, що стоїть на позиції підходу до розуміння сутності ринку продукції сільського господарства як ринку сільськогосподарської продукції, є відомий дослідник аграрного сектору економіки професор В. Андрійчук. На думку науковця, для продуктивного вивчення внутрішньої будови ринку сільськогосподарської продукції його доцільно розглядати за кількісними і якісними критеріями, виходячи з того, що виробництво та її пропозицію здійснює велика кількість незалежних один від одного товаровиробників [8, с. 66].

Він не вважає за доцільне ринок сільськогосподарської продукції розглядати комплексно, тобто як ринок покупців і продавців та як структуризоване явище за окремими його сегментами і підсистемами, яким притаманні своя ринкова інфраструктура, різні види сільськогосподарської продукції й різне співвідношення між продавцями і покупцями та особливості дії важелів державного регулювання [8, с. 66]. Виходячи з того, що ринок сільськогосподарської продукції – це ринок сільськогосподарських товаровиробників, де проявляються риси чистої конкуренції, погоджуємося з ученим, що його не доцільно розглядати як структуризовану підсистему.

Сприйняття трактування ринку продукції сільського господарства як „ринку сільськогосподарської продукції” певною мірою простежується і в поглядах ученого Ю. Лупенка, який допускає, що формування аграрного ринку, як ключового елемента забезпечення високої ефективності галузі та продовольчої безпеки держави, задоволення споживчого попиту, підтримки доходів сільськогосподарських товаровиробників, є важливим науковим обґрунтуванням саморегулювальних механізмів, які потребують мінімального втручання адміністративних інституцій [121, с. 5]. Він стверджує, що формування місткості ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є необхідною складовою під час визначення рівня забезпечення продовольчої безпеки держави. Оцінка її є важливим етапом складання фактичних і прогнозних балансів попиту та пропозиції ринків сільськогосподарської продукції і продовольства [120, с. 20].

Чітко вираженим є поняття „ринок сільськогосподарської продукції” в Н. Рудика. Він вважає, що під ринком сільськогосподарської продукції слід розуміти „логічно упорядковану систему підприємств, організацій і установ повноцінної інфраструктури, принципів і методів її функціонування... яка забезпечує збалансованість попиту і пропозиції, зрівноважений ціновий паритет та належний рівень конкурентоспроможності продукції ” [251, с. 16].

Окремий підхід до оцінки розвитку ринку сільськогосподарської продукції на кшталт ринку екологічно чистої продукції мають А. Сохнич, І. Соловій [273]. Учені переконані, що формування і процес переходу на органічне господарювання супроводжуються певними ризиками, для подолання яких необхідно вирішити низку проблем. Серед них доцільно виділити неупорядкованість виробництва рослинницької продукції у підприємствах, високі ціни, відсутність системи реєстрації підприємств, що ведуть органічне землеробство, а також ті обставини, що власниками сертифікатів є посередники, немає стандартів на виробництво тваринницької продукції тощо.

Отже, проведені дослідження та аналіз поглядів і підходів учених показали, що в науковій та економічній літературі існують відмінності у системі категоріально-понятійного апарату щодо трактування поняття ринку продукції сільського господарства. Навіть в одній і тій самій праці окремого науковця можуть зустрічатися вживання „агропромисловий”, „аграрний”, „сільськогосподарський”, „агропродовольчий ринок” тощо. Таке розмаїття понять не створює умов і підґрунтя до виникнення полеміки в наукових колах щодо їх вживання, проте різні методичні підходи до сутності й трактування ринку продукції сільського господарства певною мірою зумовлюють непорозуміння і невизначеність цієї економічної категорії.

Наявність різновидів поняття ринку в аграрній сфері та факт їх вживання не відповідає окресленню навантаження й асортименту товарів, що наповнюють кожен із „задекларованих” ринків, ускладнює розробку нормативних правовідносин та основ державної політики з питань регулювання і стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції та розвитку її ринку й забезпечення продовольчої безпеки країни. За таких обставин, на нашу думку, виникає об’єктивна необхідність і доцільність виокремлення із загалу ринків аграрної сфери та вживання поняття „ринок сільськогосподарської продукції”.

Наші погляди ґрунтуються та тому, що у словнику іншомовних слів „аграрний” походить від латинського *agrarius* – земельний і пов’язаний лише із землекористуванням [265, с. 20]. Сучасний тлумачний словник

української мови „аграрний” подає як земельний, той, хто займається сільським господарством [277, с. 17]. Отже, сутність поняття „аграрний ринок” і „ринок сільськогосподарської продукції” є одна і та сама, призначення яких полягає у створенні умов для налагодження торговельних відносин суто з метою купівлі-продажу лише сільськогосподарської продукції. На цих позиціях стоять і автори економічної енциклопедії, які трактують „аграрний ринок” як ринок сільськогосподарської продукції [71].

Таким чином, поняття „аграрний ринок” є рівнозначним „ринку сільськогосподарської продукції” і його вживання асоціюється чітко із виробництвом та торгівлею продуктами сільського господарства як у натуральному вигляді, що використовуються безпосередньо для особистого споживання, так і продуктами переробки сільськогосподарської сировини. Таких поглядів дотримуються і вчені В. Андрійчук, В. Апопій, П. Гайдуцький, Ю. Лупенко, О. Мороз та ін.

Підходи та погляди вчених щодо різновидностей поняття ринку систематизовано у табл. 1.2.

Ринок сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки формується суб'єктами ринкових відносин, якими виступають сільськогосподарські товаровиробники. До них належать фізичні або юридичні особи незалежно від форм власності та господарювання, в яких валовий дохід, отриманий від операцій із реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, за наявності сільськогосподарських угідь або поголів'я сільськогосподарських тварин у власності, користуванні, у тому числі і на умовах оренди, за попередній звітний рік перевищує 50% загальної суми валового доходу [232, с. 5].

Ринок сільськогосподарської продукції є товарним ринком, щодо зумовлений наявністю товарного виробництва. Суб'єктами ринку сільськогосподарської продукції виступають лише її виробники та споживачі. Продуцентами можуть бути сільськогосподарські підприємства, агрофірми, фермерські й господарства населення тощо. Предметом діяльності сільськогосподарських товаровиробників є лише технологічний процес виробництва продукції.

Процес виробництва у сільському господарстві через свою технологічну специфічність спрямований лише на одержання продукції в натуральному вигляді та постачання безпосередньо споживачам. Функціонально його можна представити у послідовності виконання таких процесів: формування ресурсів для здійснення виробничої функції; виконання технологічного процесу виробництва; одержання готової продукції; просування продукції до споживача (рис. 1.1).

Підходи та погляди вчених щодо різновидностей поняття ринку*

Автор	Форма	Сутність	Напрямок функціонування, прояв
Андрійчук В.	Сільськогосподарський ринок	ринок покупців і продавців	взаємодія на забезпечення інтересів
Саблук П.	Сільськогосподарський ринок	важливість і значення у забезпеченні продовольчої безпеки суспільства	налагодження відносин у ланках переробки, збуту та реалізації, які відділяють виробників від кінцевих споживачів
Абсава Л.	Глобальний продовольчий ринок	наповнення світового ринку продовольством в умовах сумнівів і проблем неекономічного характеру	узгодження конфліктів інтересів і гострих протиріч між суб'єктами світової продовольчої системи
Зеленська О.	Регіональний продовольчий ринок	формування збалансованого регіонального продовольчого ринку	вияв диспропорцій між обсягами виробництва і потребами населення
Артиш В.	Ринок екологічно чистої продукції	позиціонування екологічно чистої продукції	реалізація екологічно чистих продуктів харчування
Сохнич А.	Ринок екологічно чистої продукції	посилення національної системи органічних гарантій захисту українських споживачів	створення національної системи стандартизації та сертифікації відповідно до вимог ЄС
Дудар Т., Голомша Н.	Регіональний ринок молока	складова споживчого ринку, поєднання системних інтересів підприємств молокопродуктового підкомплексу	забезпечує молочній галузі безпосередній вихід на кінцевого споживача
Рудик Н.	Ринок сільськогосподарської продукції	упорядкована система підприємств, організацій і установ повноцінної інфраструктури, принципів і методів її функціонування	збалансованість попиту і пропозиції, ціновий паритет та конкурентоспроможність продукції
Левківська Л.	Аграрний ринок	сукупність відокремлених товарних ринків для реалізації кінцевого продукту	виробництво та вільний рух аграрної продукції і продуктів її переробки
Шпикуляк О.	Аграрний ринок	механізм координації взаємодії економічних агентів	узгодження стимулів через механізм відносних цін та здійснення трансакцій
Лупенко Ю.	Аграрний ринок	ключовий елемент забезпечення високої ефективності галузі та продовольчої безпеки держави	задоволення споживчого попиту, підтримка доходів виробників
Закон України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції"	Ринок сільськогосподарської продукції	частина аграрного ринку з оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією	правове забезпечення обмінних процесів

*Примітка : узагальнено на основі [1; 8; 13; 63; 78; 115; 120; 251; 255; 273; 304; 224].

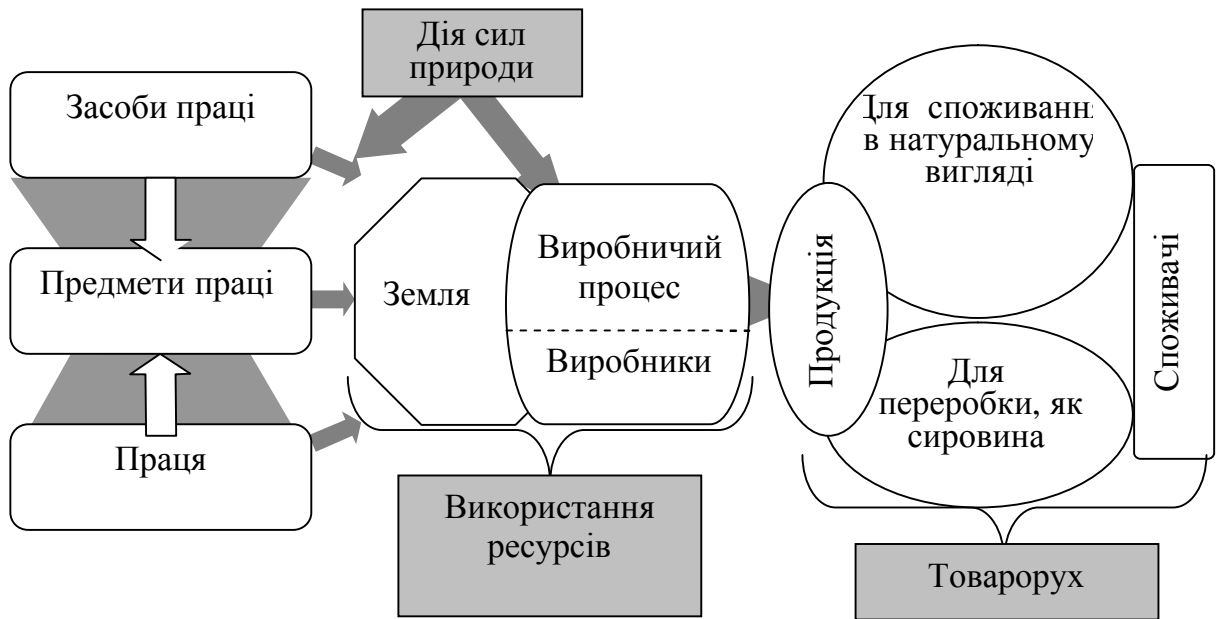


Рис. 1.1. Взаємозв'язок на ринку продукції сільського господарства.

Процес виробництва як основний сегмент ринку сільськогосподарської продукції може успішно й динамічно розвиватися за умови наявності чинників, що характеризують постійний рух виробничих ресурсів і результатів господарської діяльності. Механізм регулювання потоків простий. Він побудований на принципах саморегуляції. Ресурси спрямовуються в те виробництво, де можна одержати більше прибутку.

У сферах виробничої діяльності сільських товаровиробників процес виробництва та одержання сільськогосподарської продукції залежить від якості ґрунту, рельєфу і багатьох інших властивостей, притаманних землі. У сільському господарстві одержання продукції пов'язане, власне, з якісним станом землі, з характером та умовами її використання. Вона є важливою продуктивною силою, без якої неможливий процес сільськогосподарського виробництва. У сільському господарстві земля, залучена до виробництва, в процесі якого до неї прикладається жива та уречевлена праця, стає безумовно головним засобом виробництва.

Якщо в несільськогосподарських сферах продукт праці є наслідком безпосередньої дії праці та її засобів, то в сільськогосподарському виробництві – наслідком біологічних процесів, тобто процес створення продукту має органічний характер (рис. 1.2, 1.3).

Роль праці та її засобів полягає в тому, що вони ініціюють і регулюють біологічний процес, надають йому суспільного змісту, внаслідок чого й виникає сільськогосподарський продукт. Земля в сільському господарстві є не умовою виробництва, як в інших галузях, а його головним елементом і вирішальною складовою створення продукту як споживчої вартості. Більше

того, земля – це такий фактор виробництва, який визначає діяльність та ефективність впливу інших чинників. І праця, і вплив механічних засобів виробництва мають сенс тоді, коли вони впливають на продуктивні можливості землі як безпосереднього природно-біологічного творця продукту. Земля є умовою існування багатьох поколінь, необмежених у часі, належить до невідтворюваних засобів виробництва і є особливим, єдиним, оригінальним і незамінним засобом виробництва продукції лише на сільськогосподарський ринок.

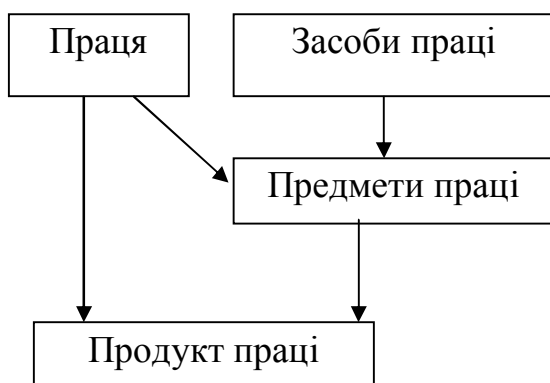


Рис. 1.2. Структурна схема неаграрного виробництва.

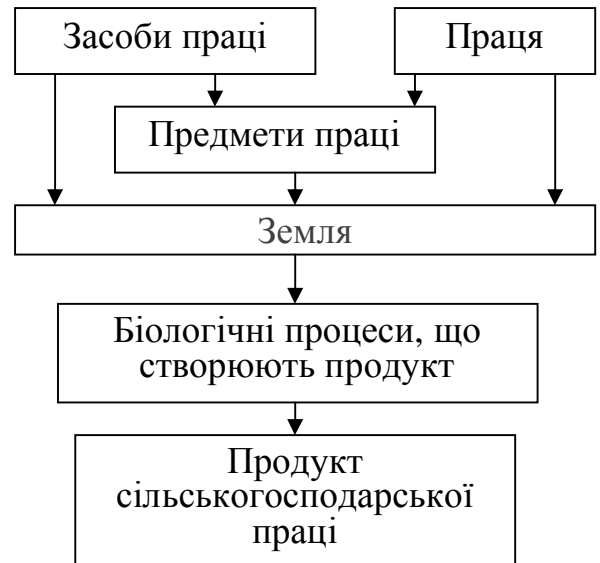


Рис. 1.3. Структурна схема аграрного виробництва.

Ринок сільськогосподарської продукції є надзвичайно складним механізмом. Він формується з низки сегментів окремого призначення і в його середовищі розвивається система виробничо-економічних зв'язків між складовими, включаючи торговельну мережу, що забезпечують товарорух від виробника до споживача. Відносини формуються між підприємствами й організаціями різного виду діяльності, але не набувають характеру вертикального спрямування. Характерною рисою ринку сільськогосподарської продукції є забезпечення її внутрішнього руху, і начебто відбувається горизонтальна система зв'язків, що забезпечує виконання єдиного процесу виробництва та реалізації.

Структуру ринку сільськогосподарської продукції і його окремих елементів у просторі визначають кількість присутніх юридичних і фізичних осіб, що репрезентують товари, та чисельність покупців; місткість ринку, кон'юнктура, асортимент, характер розміщення продукції та рівень обслуговування; наявність, форма подачі та рівень доступність інформації;

доступності входження в ринок і виходу з нього; види конкуренції.

Як споживачі на ринку сільськогосподарської продукції можуть виступати населення; промислові підприємства, які переробляють сільськогосподарську продукцію; підприємства громадського харчування, організації та установи лікувального та освітнього спрямування; підприємства оптової та роздрібної торгівлі; експортно-імпортні організації, які реалізують продукцію на світовий ринок.

У форматі ринку сільськогосподарської продукції, з одного боку, відбувається єдність і безперервність виробничого й технологічного процесів у сільському господарстві, включаючи доставку продукції до споживача, а з іншого боку, за участю інших суб'єктів має місце процес переробки сільськогосподарської продукції, випуск готової до споживання і доставка її до споживача. Горизонтальна система взаємозв'язків ланцюга окремих учасників, що беруть участь у галузі сільського господарства, забезпечує технологічний процес виробництва сільськогосподарської продукції та переведення її у статус сировини для переробних підприємств, що в результаті створює єдиний технологічний процес із виробництва кінцевого, готового до споживання продукту. Процеси, пов'язані із заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції та доведенням її до споживача, виконують інші підприємства та організації.

За рахунок використання рис, особливостей, ролі, значення відбулася диверсифікація поняття „аграрний ринок”. У сферу його діяльності стали включати торгівлю не лише сільськогосподарською продукцією, а й засобами виробництва для сільського господарства. На зазначених позиціях стоять І. Кириленко, Ю. Коваленко, П. Саблук та інші вчені. Такий методичний підхід, на нашу думку, доцільно пов'язати із використанням трактування „агропромисловий ринок”, який несе товарне навантаження як сільськогосподарського, так і промислового походження та пов'язаний із діяльністю агропромислового комплексу в цілому. Його складовими можуть бути ринки праці, землі, засобів виробництва, техніки, засобів хімізації тощо.

У форматі „агропромисловий ринок”, на нашу думку, повинно відбуватися поєднання технології й організації сільськогосподарського виробництва із підприємствами несільськогосподарських сфер економіки, які стимулюють підвищення та диференціацію якісних показників сільськогосподарської продукції, розширення її асортименту, раціональне розміщення, продуктової, технологічної і територіальної спеціалізації, а також скорочення сезонності сільськогосподарського виробництва. Агропромисловий ринок дає змогу оптимізувати пропорції між сільським

господарством й іншими галузями національної економіки і створює підґрунтя для скорочення витрат на міжгалузевих стиках, сприяє вирішенню соціальних завдань. Такий підхід може стати підґрунтям для процесу державного регулювання, яке, по суті, мало б бути спрямованим на вдосконалення економічних відносин у сфері аграрного виробництва й несільськогосподарських підприємств із використанням інструментів та важелів, таких як дотації, допомоги й субсидії, з метою активізації всіх суб'єктів агропромислового ринку.

Відповідно на агропромисловому ринку відбувається поєднання діяльності самостійних сільськогосподарських підприємств, фермерських та інших господарств із переробними підприємствами з метою виробництва і доведення до населення продукції, готової до споживання, а також обслуговуючими організаціями, які надають сільськогосподарським виробникам послуги з постачання ресурсів, ремонту, будівництва доріг тощо. У форматі агропромислового ринку повинні формуватися виробничо-економічні зв'язки між суб'єктами сільськогосподарського виробництва та підприємствами промисловості, транспорту, торгівлі, які постачають сільському господарству ресурси, переробляють його продукцію і доводять її до споживача, спрямовані на поліпшення якості продукції, її збереження та скорочення сукупних витрат і водночас задоволення інтересів кожного з учасників.

За таких обставин, на нашу думку, можна виділити два окремих концептуальних підходи до розуміння сутності поняття ринку аграрної сфери: „агропромисловий ринок” і „ринок сільськогосподарської продукції”.

Ринок сільськогосподарської продукції пропонуємо розглядати як сукупність окремих сегментів, що мають споріднені риси і властивості, в основі функціонування яких лежать економічні відносини, спрямовані на забезпечення виробництва та логістичного перерозподілу потоків продукції від виробника до споживача в режимі визначеного часу і простору з метою збереження її якості й задоволення інтересів усіх учасників.

Структура ринку сільськогосподарської продукції може мати такий вигляд (рис. 1.4).

Ринок сільськогосподарської продукції характеризується своєю масштабністю і високою насиченістю складових. Він складається з окремих сегментів, які пов'язані між собою та формують його структуру.

Кожен окремий сегмент наділений властивими йому однорідними функціями і забезпечує в повному обсязі виконання визначеного виду діяльності. Умовами ефективного функціонування ринку є наявність: значної кількості товаровиробників; платоспроможного споживача; місця

проведення обмінних операцій; досконалої конкуренції та нормативно-правового забезпечення з регулювання відносин.

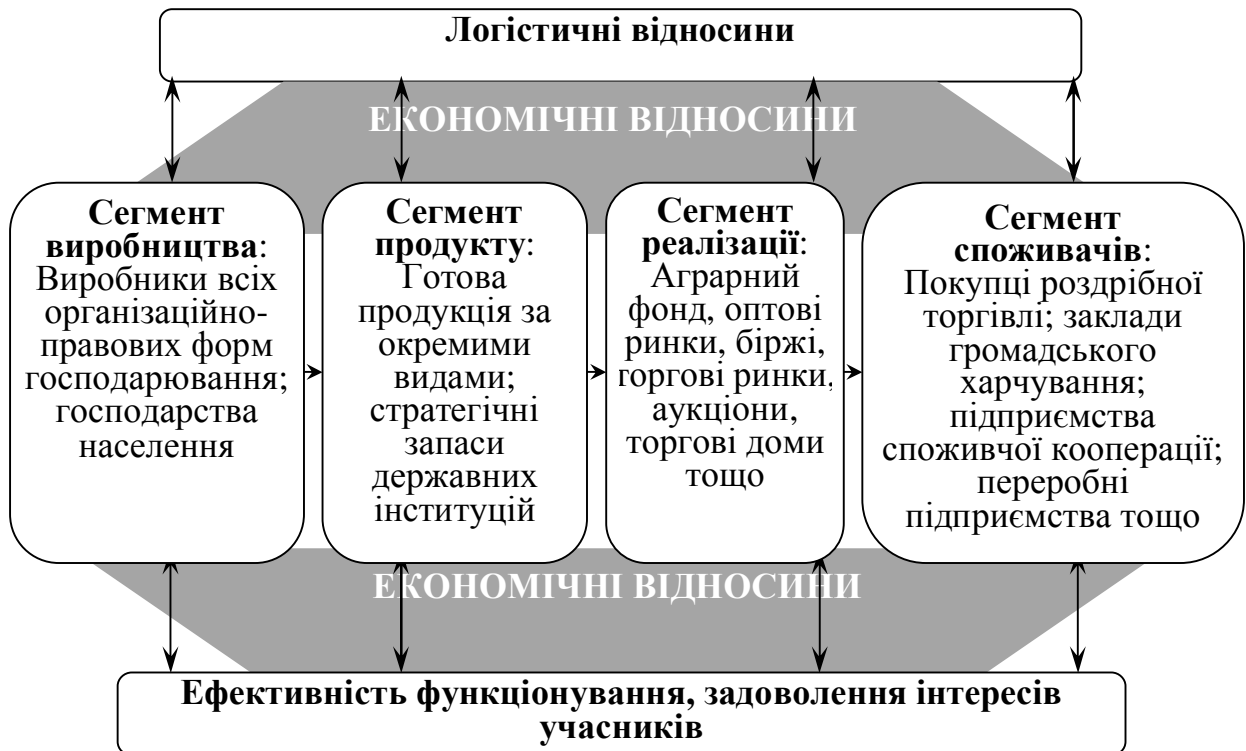


Рис. 1.4. Модель парадигми „ринок сільськогосподарської продукції”.

Доцільність виокремлення ринку сільськогосподарської продукції та розуміння його суті підтверджується досвідом інших країн. Наприклад, чинним законодавством Росії у самій назві Закону „Про організацію і функціонування ринків сільськогосподарської і агропродовольчої продукції” розмежовані „ринок сільськогосподарської продукції” та „ринок агропродовольчої продукції” [339]. Хоча чіткого визначення поняття саме ринку сільськогосподарської продукції у законі не подано.

Трактування ринку агропродовольчої продукції подається як сукупність відносин, пов’язаних із угодою купівлі-продажу, включаючи попит і пропозицію на агропромислову продукцію, а також місце зустрічі продавців і покупців товарів, тоді як ринок сільськогосподарської продукції вибудовується за допомогою товарної лінії як система функціональних відносин, що зв’язує сільськогосподарських виробників, підприємства із зберігання, розподілу, реалізації та інші з метою проведення операцій з товаром на предмет його використання або споживання. Агропродовольчою продукцією вважають натуральні продукти рослинного і тваринного походження, у тому числі біопродукти і напівфабрикати, продукти переробки, консервування, що одержані з натуральних [339]. Важливим є не

лише узаконення поділу на ринки, а й передбачається регулювання їх функціонування з боку держави.

Про необхідність виділення ринку сільськогосподарської продукції як окремого спеціалізованого виду свідчать і положення чинного законодавства України. У Законі України „Про оптові ринки сільськогосподарської продукції” зазначено, що „ринок сільськогосподарської продукції – частина аграрного ринку, де здійснюється оптова торгівля сільськогосподарською продукцією” [224].

Підставою для виокремлення ринку сільськогосподарської продукції із загалу ринкового господарства країни в окремий формат, на нашу думку, можуть бути такі чинники:

- вся товарна продукція є технологічно однорідною і результатом праці лише сільськогосподарських товаровиробників;
- наповненість сільськогосподарською продукцією вітчизняного виробництва значною мірою залежить від низки ризиків;
- у процесі виробництва створюється кінцевий чи проміжний продукт, який повинен відповідати передбаченим споживчим якостям у галузі сільськогосподарського виробництва;
- значна кількість виробленої сільськогосподарської продукції реалізується в натуральному вигляді для безпосереднього споживання;
- ринок сільськогосподарської продукції виступає постачальником сировини для виробництва товарів аграрного ринку;
- сільськогосподарська продукція є специфічною у транспортуванні, обмеженою в термінах реалізації і потребує досконалої логістичної спрямованості;
- ринок сільськогосподарської продукції потребує регулювання в міжсезонний період;
- частина продукції вилучається із сільськогосподарського ринку на внутрішні потреби для забезпечення виробничого циклу підприємств;
- доходи сільських товаровиробників повною мірою залежать від реалізації результатів їхньої діяльності лише на ринку сільськогосподарської продукції;
- рівень державної продовольчої безпеки та зростання доходів сільських товаровиробників можуть формуватися через регулювання лише ринку сільськогосподарської продукції;
- однією з характерних рис законодавчих актів, що приймаються стосовно забезпечення продовольчої безпеки країни, є вимога виробництва екологічно чистої натуральної сільськогосподарської продукції і стійка установка перевищення виробництва над споживанням.

Виділення в окремий формат і використання як економічної категорії поняття „ринку сільськогосподарської продукції” сприятиме:

- означенню чіткого алгоритму його сегментації;
- регулюванню логістичних процесів;
- побудові відносин між суб'єктами ринку на договірній основі;
- регулюванню реалізації продукції в часі й просторі;
- формуванню специфічної транспортної інфраструктури;
- сталості місць збуту продукції сільського господарства;
- поліпшенню якості сільськогосподарської продукції та підвищенню ефективності діяльності її виробників;
- прозорому товароруху від виробника до споживача й формуванню справедливого ціноутворення;
- цільовій державній підтримці сільськогосподарських виробників і можливості його державного регулювання;
- створенню умов забезпечення зиску виробникам адекватно витраченим ресурсам;
- наближенню вимог української системи стандартизації до міжнародної;
- формуванню соціального розвитку сільських населених пунктів.

Виокремлення та надання чіткого трактування ринку продукції сільського господарства як „ринку сільськогосподарської продукції” дасть змогу охарактеризувати специфіку товару й сконцентрувати увагу на розробці нормативно-правової бази саме під цей формат із метою забезпечення виробництва, регулювання логістичних процесів і економічних відносин у ході вільного товароруху сільськогосподарської продукції від виробника до споживача зі збереженням її обсягів та якості.

Отже, продукція сільськогосподарських виробників надходить до споживачів лише в натуральному вигляді через обмінні операції купівлі-продажу. І методологічний підхід до розуміння сутності ринку сільськогосподарської продукції повинен розглядатися як механізм прояву товарно-грошових і економічних відносин взаємодії покупців і продавців, у конкретній формі, на основі узгодження їхніх інтересів та вподобань. На такому ґрунті має будуватися дослідження формування ринку сільськогосподарської продукції, що сприятиме виявленню стану та перспектив розвитку обсягів виробництва продукції сільського господарства, урізноманітненню її асортименту та покращанню якості й конкурентоспроможності, у тому числі на світовому ринку.

1.2 Еволюція ринку сільськогосподарської продукції

Поступальний розвиток людства за окремими напрямками та видами кожного етапу життя і діяльності проходив неоднаково і нерівномірно. Це зумовлювалося як потребами племен, груп, народів чи окремих осіб, так і підґрунтям уже створеного буття та рівнем розвою всіляких явищ і процесів. Упродовж багатьох років ціла плеяда істориків і вчених-економістів, з притаманними кожному з них інтересами, пріоритетами і напрямками досліджень, намагалися по-своєму викласти сутність та особливості історично-економічного розвитку досліджуваних об'єктів, подій, фактів.

Однією з найпоширеніших точок зору, що використовувалися у процесі дослідження і розкриття розуміння періодизації економічного розвитку суспільства був цивілізаційний підхід, який передбачає, що розвиток як самого людського суспільства, так і основних його стадій та напрямів відбувався у послідовних змінах. В основу цивілізаційного підходу, у нашому випадку, покладено принцип, зумовлений природною еволюційною поступовістю розвитку як самої цивілізації, так і основних етапів розвитку складових системи, у тому числі й ринку. Це означає, що пізнання економічної системи відбувається як у сукупній єдності, так і за окремими її елементами, з посиленням ролі у цих процесах людського фактора.

Цивілізація – категорія історична і являє собою „конкретний стан суспільства, який характеризується досягнутим рівнем продуктивних сил, особливою формою виробництва і відповідною духовною культурою людей” [73, с. 63]. Низка вчених вважає, що цивілізація і є сконструйована людиною соціальна реальність, олюднений світ, ноосфера [30, с. 47]. Цивілізаційний процес реалізується як процес утвердження соціального, олюдненого.

Еволюція визначається тими багатогранними соціально-економічними умовами, в яких відбувається життєзабезпеченість і діяльність народу. Американський учений Л. Морган виділяв три етапи в розвитку цивілізації: епоха дикості, епоха варварства і епоха цивілізації. Кожну з них він намагався поділити на три ступені – нижчий, середній і вищий, які відповідали певному рівню виробництва засобів існування та виду власності.

За визначенням Л. Моргана, етнічний період являє собою певний стан суспільства і відрізняється від інших властивим цьому періоду

способом життя. Розмежування етнічних періодів дає змогу розглядати кожне економічне суспільство відповідно до його стану та відносного розвитку і зробити предметом самостійного вивчення окремі напрями, процеси та явища [138].

Одним із загалу напрямів, що потребує розгляду і дослідження, є процеси обміну та еволюції ринку. Еволюцію ринку спрямовувала людина, в якій енергетика еволюції формувалася лише на основі власних внутрішніх джерел і під впливом відносин з іншими людьми. Для того щоб повністю стати самим собою, зазначав Тейяр де Шарден, людина має розвиватися в напрямі конвергенції з усіма [335].

Учений К. Маркс виокремлював три етапи еволюції суспільства. Перший – притаманний примітивному суспільству, другий – більш зрілому (капіталістичне суспільство) і третій – історичний етап, на якому „вільна індивідуальність, що ґрунтується на універсальному розвитку індивідів і на перетворенні їх колективної, суспільної продуктивності в їх суспільне надбання” [128].

Термін „еволюція” має декілька трактувань і походить від латинського слова „*evolutio*”, що означає – розгортання [265, с. 231]. Еволюція в широкому розумінні являє собою зміни у суспільстві і природі, їх спрямованість, порядок і закономірності. У вузькому розумінні – це повільні, поступові кількісні зміни, на відміну від революції [269, с. 1544].

Еволюція – це ріст, розвиток, природна поступова зміна системи або структури протягом певного періоду [334]. Еволюція – це розвиток явищ і процесів у результаті поступових безперервних змін, які переходять із однієї в іншу безперервно і без скачків при збереженні якісної визначеності у процесі якісно-кількісних змін [333].

Еволюція у широкому розумінні є синонімом слова „розвиток”, а у вузькому – один із основних типів розвитку: повільні, поступові кількісні і якісні зміни на відміну від революції [333]. При цьому кожний новий стан об’єкта, порівняно з попереднім, має вищий рівень організації і диференціації функцій. У процесі еволюції важливу роль відіграють як внутрішні чинники, так і зовнішні умови існування об’єктів, а зміни в процесі еволюції мають рівноспрямований характер. До цього слід додати, що до понять „еволюція” і „революція” слід підходити як до взаємопов’язаних і взаємозумовлених різних сторін розвитку суспільства, а тому вчені-матеріалісти виступають проти абсолютизації будь-якої однієї з них.

Для розвитку суспільства характерним є позитивне сприйняття людьми нових речей і благ, які полегшують і збагачують умови життя

людей і які вирізняються цікавими наслідками у використанні. Тому, значна частина людей хотіла б стати власниками таких речей чи благ, володіти ними і задовольняти свої потреби. Причому у всі часи розвитку суспільства, ініціаторами виробництва і шукачами нових благ виступали виробники, які, удосконалюючи результати своєї праці, – хотіли вони того чи ні, – одержували нові блага. Такі блага, як правило, зацікавлювали і спонукали інших людей до їх придбання. В умовах відсутності купівлі-продажу власники намагалися за допомогою обміну заволодіти тим, чого у них не було.

Мислителі й теоретики були переконаними, що розвиток ринкових відносин був процесом неминучим в часі. А тому теорія еволюції стадійного розвитку ринку, протягом усього періоду його становлення, удосконалювалася і спрямовувалася на формування рівноправних відносин між покупцями і продавцями, а також між продавцями і продавцями та покупцями і покупцями. Основну роль у висвітленні теорії зародження, формування та становлення ринкових відносин відіграли відомі теоретики-економісти, такі як А. Сміт, А. Рікардо, Д. Фергюсон, Д. Міллар та ін. Вони вважали, що обмінні відносини розвивалися в унісон з історичними стадіями розвитку та діяльності людей. На початкових стадіях вивчення процесів дослідники А. Фергюсон, Д. Міллар, А. Сміт виділяли чотири історичні етапи розвитку суспільства і діяльності людей: полювання – збирання дарів природи; скотарство – землеробство; сільське господарство – ремісництво; промисловість – торгівля (рис. 1.5).

Можна припускати, що з виникненням людського суспільства, на етапі його розвитку „полювання – збирання дарів природи”, з’являється натуральне виробництво. За допомогою загальнодоступних і примітивних знарядь праці це була безпосередня, чиста, природна необхідність людини у забезпеченні себе засобами існування.

За умов, коли люди займалися їх пошуком в окреслених природних територіях, полюванням або збиранням дарів, могли розвиватися випадкові обмінні процеси між окремими близькорозташованими і дружніми сім’ями або племенами. Предметами обміну були улов риби, упольована здобич чи певна маса зібраних плодів. Обсяги обміну визначалися наявністю певного виду продукту в одній сім’ї і потребою іншої.

Такий обмін не мав системного характеру і був зумовлений лише вдалим полюванням або успішним збиранням плодів та створенням надлишку понад необхідну кількість продукції. Обмін спричинював лише надлишок певного продукту та доступність поновлення як найближчим часом, так і в разі виникнення необхідності. За таких обставин відбувався

випадковий обмін і безпосередньо однієї речі на іншу. Це дійство можна було вважати простою формою і означити поняттям „видовий обмін”.



Рис. 1.5. Еволюція історичних суспільно-економічних передумов виникнення ринкових відносин.

Обмін, як правило, здійснювався річ на річ, які були вкрай необхідними для споживання або забезпечення життєдіяльності людей. Потреби, які задовольнялися в процесі споживання, зумовлювали виникнення нових. Цей процес відображав безперервне зростання потреб і вимагав їх задоволення, що слугувало, з одного боку, рушійною силою розвитку суспільства, а з другого – регулюванням потреб і формуванням бази для їх задоволення. І лише з часом, з розвитком суспільства, в окремих випадках продукти праці стали перетворюватися на товари і один із них виражав певну споживчу вартість щодо іншого.

Господарські результати та виокремлення діяльності давніх людей за окремими напрямками, у різні археологічні епохи, зумовили і сприяли суспільному поділу праці. Коли люди набули осілості і одні зайнялися виробництвом продукції землеробства, а інші – скотарства, у суспільстві поступово відбувся перший крупний поділ праці. Поява землеробства і

скотарства як окремих видів господарської діяльності відповідала неолітичному періоду розвитку людства.

Власне, у час, коли окремі сім'ї, а то й цілі племена, почали займатися переважно скотарством, а інші – землеробством, відбувся перший крупний суспільний поділ праці. Проте як землеробські, так і скотарські сім'ї не могли обійтися без продукції один одного. У скотарських племен у надлишку могли бути м'ясо, молоко, вовна, шкіра тощо, але не було продукції землеробства – зерна, овочів, олії, натомість землероби мали ці продукти в надлишку. За таких умов обмін між власниками різних продуктів ставав необхідністю.

Період першого поділу праці характерний тим, що в суспільстві виділилися нові прошарки людей. Одні стали лише виробляти певний продукт, а інші його споживати, що спонукало до серйозних зрушень у господарській діяльності людей. Відбулася зміна характеру життя людей, їх роботи та посилення процесу поділу праці. Вперше з'явилися господарства, для яких виробництво певного продукту стало не випадковим, а регулярним, і на цій основі та за рахунок обміну вони одержали базове джерело існування.

Поділ праці став одним із найважливіших чинників підвищення її продуктивності. Через те, що кожний окремий працівник, набуваючи досвіду та спеціалізуючись, став виробляти значно більше продукту, ніж споживав, виникла необхідність обміну. А це означало потребу у формуванні обмінних процесів уже на постійній основі і у визначеному місці. Лише через обмінні процеси кожний, хто виробляв конкретний вид продукту, одержував можливість користуватися продуктами праці будь-якого іншого конкретного виробника. Таким чином, виникла об'єктивна необхідність у виробників в обміні продуктами праці. Пріоритетним у ході обміну виступав той вид продукту, на який був вищий попит. На нашу думку, саме на етапі суспільного розвитку „скотарство – землеробство”, відбулася помітна еволюція в розвитку обмінних процесів, з'явився „міжвидовий галузевий обмін”.

Це вже були зачатки виникнення товарного виробництва і формування ринку, який мав форму нерозвиненого ринку. Характерними його рисами були спонтанність, випадковість відносин суб'єктів, проте такі відносини стимулювали мотивацію виробництва. Обмін відбувався не всередині племен, а на їх стику, і два товари обмінюються на ринку через те, що перетнулися потреби їх власників. За таких обставин товару надавалася властивість споживчої вартості. На етапі суспільного розвитку „скотарство – землеробство” споживча вартість товару як економічна категорія вже

виражала властивість ринкових відносин між товаровласниками і обмінні процеси товарами ставали ціллю, оскільки завдяки їм задовольнялися людські потреби.

Етап суспільного розвитку „скотарство – землеробство” характеризується подальшим якісним розвитком обмінних процесів, і чиниться обмін товарів у певній пропорції. Допускається можливість обміну навіть одиниці одного товару, який виступав своєрідним еквівалентом, на декілька одиниць іншого. За таких умов проявляється відносна форма вартості, яка характеризує не лише наявність у товарі вартості, а й показує її величину, тобто кількість вкладеної в цей товар праці. Еквівалентна форма обміну слугує засобом безпосереднього вираження вартості одного в іншому. І, врешті-решт, конкретна праця стає формою вираження абстрактної праці, і обмін можливий тому, що однаковою мірою затрачена суспільна праця на обмінні товари.

Таким чином, обмін одного товару у певному співвідношенні до іншого мав форму мінової вартості, але в основі лежала вартість товару. Це давало підставу можливої організації проведення обмінних операцій у конкретному місці за безпосередньої участі багатьох виробників. Місця, де відбувався обмін виробленими благами, ставали відомими і доступними великому загалу людей і визначалися як базар, ринок, а їх субстанціями стали економічні категорії – „попит” і „пропозиція”. Попит характеризував потребу людини на певний продукт уже в новій якості, яка бажала його придбати не з причини відсутності власного виробництва, а з необхідності забезпечення ним своєї життєдіяльності.

Це був, по суті, індивідуальний попит, і він не визначав, та й не впливав на рівень еквівалентності на один з видів товарів на ринку. Обмін відбувався на засадах прояву інтересу лише тих осіб, які зацікавлені у придбанні певного товару. А тому пропозиція, здебільшого, теж мала форму індивідуальної, за якої на обмін виставлявся товар більше з причини необхідності позбутися його надлишку, а взамін одержати товар, в якому була необхідність.

На етапі „скотарство – землеробство”, особливо на початковій його стадії, проявлявся і нерегулярний попит, який формується на основі сезонної, щоденної і навіть погодинної потреби споживачів і спричинює недовантаження або перевантаження розвитку еволюції ринку.

З поглибленням діяльності скотарських і землеробських племен обмін товарами стає регулярним і еволюційні процеси формують стадію зрілості ринку, в умовах якого товар все більше набуває ознак вартості. Продукти, що є результатом праці, перетворюються у товари лише за умов купівлі-

продажу. Проте ринок праці ще не окреслюється повною мірою і має хаотичний й випадковий характер.

Обмін товарами стає для виробників життєвою необхідністю і спонукає до існування ринку на постійній основі як внутрішнього. Коли продукція скотарства починає систематично обмінюватися на інші товари, еволюція ринку набирає нових форм. Кожний товар прирівнюється до продукції скотарства, як особливого товару, і він стає одним із обмінних еквівалентів. На цьому етапі відбувається еволюція обміну, за якого проявляється повна або розгорнута форма вартості. Вартість товару знаходить своє вираження в споживчій вартості не одного, а багатьох еквівалентів. Таким чином, за регулярного обміну одного товару на деяку кількість інших проявляється спільність обмінних товарів і відповідно різноманітні еквіваленти є лише окремими різновидами властивої усім їм однакової вартості. Різновид конкретної праці, що міститься в товарних еквівалентах, проявляється лише як особлива форма затрат людської праці.

У зазначених умовах якісь захисні інститути, що були б здатними забезпечити інтереси суб'єктів обмінних товарів, не проявляють дію. Співвідношення в обмінних операціях товарами за чітко визначеними еквівалентами, в основі яких лежать затрати праці, не спостерігаються і не враховуються. У цих умовах спричинено активізацію існуючих і введення нових виробництв, але вже за рахунок використання дешевої робочої сили, яку одержували власники виробничих утворень внаслідок війн між окремими народами. Захоплені в полон працювали на збагачення своїх завойовників як раби, для яких робочий час дня не обмежувався. Ці події і процеси мали місце в епоху рабовласництва.

В умовах феодалізму упродовж тривалого часу відбувався слабкий розвиток товарного виробництва і в країні переважало натуральне господарство. Як наслідок, у процесі обміну перебувала незначна частина продукції землеробства і дрібних ремісників. Товарний обмін між виробниками виглядав локально і мав незначний і нерегулярний характер, що зумовлювалося відсутністю національного ринку як єдиного місця, де могло б задовольнити свої потреби населення.

За умов феодалізму зовсім не стояло питання зовнішньої торгівлі і товарний ринок, за своїм соціально-економічним змістом, мав форму ремісничо-феодального. Активний обмін різними видами продукції між відособленими виробниками став виникати і розвиватися з еволюційними ознаками лише в кінці епохи феодалізму, під впливом розвитку капіталістичних підприємств як у промисловості, так і в землеробстві і в міру їх спеціалізації.

На завершальній фазі етапу „скотарство – землеробство” з’явилися ознаки простого товарного виробництва, якому були притаманні простота й примітивність. Селяни і ремісники на виготовлення своїх товарів використовували лише свою працю і порівняно прості знаряддя, що зумовлювало низьку продуктивність праці. Спричинено це тим, що не кожний виробник через брак коштів міг придбати нові машини та обладнання і впровадити у виробництво кращу технологію. Через це торгівля товарами розвивалася недостатньо.

Поштовхом для посилення розвитку обмінних відносин став новий крупний поділ праці, коли на етапі розвитку суспільства „сільське господарство – ремісництво” виокремилася ремесло. Другий суспільний поділ праці, що виник на основі виокремлення ремесла, тобто появи прообразу промисловості, був характерним для бронзової і залізної доби розвитку суспільства. Він відзначався посиленням розвитку специфічного ринку з міжгалузевими відносинами. Цей етап вважають особливо помітним кроком у зародженні товарного виробництва. Етап виокремлення ремесла відзначається еволюційним піднесенням із взаємного обміну виробленими цінностями між різними вузькоспеціалізованими виробниками: ремісниками, скотарями й землеробами. Відбувається застосування поліпшених технологій у всіх галузях, у результаті чого підвищується рівень продуктивності праці, зменшуються витрати на виготовлення і виробники стають спроможними збільшити пропозицію товару.

Створюються умови для появи економічно самостійних і незалежно господарюючих суб’єктів, які забезпечують перехід від натурального виробництва до рівня безпосереднього продукту на продаж, що стало підґрунтям для покращання товарного обміну. Зростає кількість різногалузевих товарів, що спричинює утворення нових сегментів ринку. Зароджуються ринкові принципи регулювання економіки, що і які товари виробляти. Встановлено, що в разі відсутності попиту на певний товар, на який затрачено працю і ресурси, він приносить збитки. На тлі еволюції ринку учасники обмінних операцій визнали, що покупець заплатить за товар ту ціну, яка його влаштовує, а виробник продаватиме той товар, який принесе йому вигоду.

Для етапу „сільське господарство – ремісництво” характерним є виникнення грошей. Спочатку в якості грошей функціонували мідь і залізо, а потім срібло, і лише з часом цю функцію стало виконувати золото, яке й породило гроші. Гроші виникли в певних суспільних умовах, коли розвиток товарного виробництва та обміну створив потребу в грошах. Із загалу товарного світу стихійно виділився один товар, за яким закріплювалася

монопольна функція бути мірилом вартості всіх товарів. Саме золото, яке обмінювалося необмежено на інші, як і будь-який інший товар, мало вартість, що визначалася затратами праці на його добування, і володіло звичайною споживчою вартістю, оскільки з нього вироблялися різні прикраси. Із виникненням грошей вартість усіх товарів стала виражатися в них і за їх допомогою встановлювалася ціна. Ціна стала найбільш розвиненим видом мінової відносної форми вартості товару.

Із виникненням грошей товарний характер відносин не замикається на процесі порівняння однотипних товарів, а проявляється через обмін та одержання окремими особами або підприємствами необхідних їм різних товарів. Маючи статус загального еквівалента, гроші набувають властивості обмінюватися на будь-який товар безпосередньо, а відносини між учасниками такого обміну набувають форми товарно-грошових.

Виникнення грошей і товарно-грошових відносин характеризує новий еволюційний прорив у розвитку ринку. За їх участі товар можна було придбати в одному місці і в один час, а спожити в іншому місці і в інший час. За наявності властивості загального еквівалента обміну гроші і, відповідно, товарно-грошові відносини стали притаманними будь-якій економічній формації в розвитку суспільства.

На етапі „сільське господарство – ремісництво”, на противагу етапу „скотарство – землеробство”, в умовах якого застосовувалася примітивна техніка, з'являється досконаліша у використанні, обслуговуванні, експлуатації та продуктивніша. Праця виробників стає результативнішою, що сприяє виникненню і прояву перших ознак досконалої конкуренції між ними. Посилюється прояв індивідуального, а також прихованого попиту, коли споживачі мали бажання придбати товари, але у зв'язку з неплатоспроможністю не могли задовольнити свої потреби і бажання.

Обмінні процеси в умовах етапу розвитку суспільства „промисловість – торгівля” ставали настільки складними і клопіткими, що суттєво відволікали виробників від основного виду діяльності. Це зумовило виникнення третього суспільного поділу праці, який характеризувався відокремленням торгівлі та поглибленням еволюційних процесів розвитку ринку. Торгівля стала самостійною галуззю, і фахівцями з обміну на ринку стали продавці та купці. Статус купця визначався тим, що товари, які він закупував, не були призначені для власного споживання, а лише для подальшого перепродажу з метою одержання прибутку. Це були прояви подальшого поділу праці, зумовленого еволюцією ринку, які відображали процеси купівлі-продажу на внутрішньому ринку, коли все, що призначалося для продажу, збувалося виробником купцеві з рук у руки.

Поділ праці як історичний і економічний процес стає притаманним для вираження спеціалізації праці певних соціальних і трудових груп у суспільстві. Потреби людей стають більш різнобічними, що вимагає урізноманітнення трудових функцій з метою появи на ринку товарів широкого асортименту. Створені нові корисні предмети, які здобували попит і задовольнялися через купівлю-продаж на ринку, набували всезагальної форми і розширяли товарне виробництво. У такий спосіб, з появою життєзабезпечувальних товарів, ринок інтенсивно розвивається й на вимогу суспільства позитивно реагує на створення умов для обміну товарами господарського, побутового, мистецького рівня, і поділ праці стає суспільним інститутом розвитку внутрішнього ринку. Еволюція й становлення внутрішнього ринку формувалися за рахунок того, що виробник одержував оплату за свій товар у момент купівлі-продажу і його виробництво набувало форми товарного господарства.

Купці ж були першими особами, які виконували функцію посередників між виробниками і споживачами і стали особливим соціальним прошарком, що займався лише і безпосередньо торгівлею, що сприяло стрімкому еволюційному розвитку внутрішнього ринку. Внутрішній ринок набирав форми торгового. Він у просторі диверсифікувався у значну кількість комерційних місць та характеризувався появою великої кількості товарів, значним їх асортиментом і став за насиченістю багатовидовим. Це був ринок місцевого значення, який функціонував на певній регіональній території. На ньому можна було придбати товари першої необхідності, продовольчі, промислові товари, різний реманент і навіть засоби виробництва.

З посиленням активізації діяльності купців на ринку та удосконалення їх відносин з виробниками на етапі розвитку суспільства „промисловість – торгівля” впроваджується практика замовлень на виробництво конкретних видів продукції, за рахунок чого встановлюється певна рівновага між попитом і пропозицією. Еволюційні процеси на ринку дають змогу виробникам формувати таку кількість товарів, у формі пропозиції, яку хочуть придбати покупці. Прояв перших ознак рівноваги між попитом і пропозицією, за допомогою ринкових цін, сприяє встановленню збалансованості між виробленим обсягом товарів різних галузей та платоспроможністю населення.

Поява торгівлі, в умовах розвитку мануфактурного виробництва і капіталізму, як самостійного виду діяльності сприяла збагаченню купців. Одержаний прибуток нагромаджувався і спонукав до відкриття власного виробництва. Вони ставали власниками мануфактур і артілей, що значно

посилило еволюцію розвитку ринку. Таким чином, купці, які виступали посередниками в процесі обміну товарами, виробленими здебільшого дрібними товаровиробниками і частково мануфактурами, зумовили поглиблення еволюційних процесів на ринку.

З іншого боку, активізація діяльності купців спонукала до поглиблення поділу праці й підготовки об'єктивних умов для розвитку капіталізму, де проявлялася влада приватної власності. Всесвітньо відомі економісти К. Маркс і Ф. Енгельс стверджували, що різні ступені в розвитку поділу праці є водночас і різними формами власності, тобто кожний ступінь поділу праці визначає також і ставлення індивідумів один до одного [128].

Аналіз засвідчує, що розвиток товарного виробництва і вдосконалення обміну на ринку були зумовлені, передусім, суспільним поділом праці. Природно відбувався поступовий рух від одного, нижчого, до іншого, більш високорозвиненого ступеня. Це підтверджується тим, що подальший поділ праці, який безпосередньо і позитивно вплинув на еволюцію розвитку ринку, зумовив виникнення й становлення машинної індустрії та формування нових галузей виробництва. Виникають галузі з створення засобів виробництва для виробництва засобів праці, що зумовлює і формування ринку на інших напрямках розвитку суспільства. Цей еволюційний етап характеризується появою вільного ринку, в умовах якого окремих незалежних товаровиробників не створює монопольне виробництво продукції „і не контролює цін, а процес ціноутворення відбувається через механізм вільної конкуренції, взаємодію попиту і пропозиції” [195, с. 370].

На етапі розвитку суспільства „промисловість – торгівля” з'являється і нематеріальний вид діяльності, представниками якого стають філософи, художники, мистецтвознавці, мислителі, які поряд зі створенням інтелектуальних цінностей намагаються здійснювати управління пізнанням філософського, наукового, економічного, релігійного та іншого напрямку життя суспільства, що також ставало предметом обміну результатами інтелектуальної та матеріальної сфер. Поступово відбувається розмежування виробництва духовних цінностей і матеріальних. Учені, художники, митці повинні були віддавати створені ними цінності в обмін на матеріальні засоби споживання, необхідні для їх існування, що посилювало і вдосконалювало міжгалузеві відносини на ринку.

Необхідність поділу праці стала передумовою створення платформи еволюційних перетворень і розвитку загалом економічних, соціальних, духовних та інших процесів, надбань та відносин у суспільстві, у тому числі й ринкових [337]. Таким чином, джерелом соціально-економічних перетворень упродовж усіх історичних етапів розвитку людства є

постадійне зростання взаємозалежностей одних процесів життєзабезпечення від інших, одних відносин від інших, які відбувалися в процесі еволюції розвитку суспільства й ринку і рушійною силою яких був поділ праці (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Еволюція ринку з позиції суб'єктів ринкових відносин.

З настанням епохи капіталізму, що сприяла росту засобів виробництва та індустріалізації промисловості, відбувалися зміни як у площині соціально-політичних формацій спрямованих на організацію суспільства, так і удосконалення відносин на ринку.

Усе це спонукало вчених-економістів і мислителів переглядати свої погляди щодо еволюції розвитку ринку. Перше, що загостило увагу вчених, – це те, що історично відбулися зміни, які породили цикли розвитку історичного матеріалізму. Він сприймався загальним чинником, що характеризував еволюцію формування і був шляхом фіксованого розвитку ринкових відносин у суспільстві. Усе це обґрунтовувалося тим, що історія людства проходить певний фіксований шлях – шлях прогресу і всі етапи розвитку ринку, у минулому, не лише тісно пов'язані між собою хронологічно, а й причинно-наслідковими зв'язками із сучасними і майбутніми подіями.

Формування теорії ринку сягає часів зародження обмінних процесів як на рівні бартерних операцій, так і появи грошей та товарно-грошових відносин. Це великий шлях еволюційних перетворень ринку, який вдало поєднував теоретичні напрацювання і практичний досвід з обов'язковими емпіричними дослідженнями для його модернізації та регулювання.

Модернізація ринку та його регулювання тісно пов'язані з теорією розвитку суспільств і економічних систем, що зумовлено форматом рівня розвитку окремих країн, і важливим є те, що розвиток країн відбувається від традиційних примітивних суспільств до високо розвинених. Так, країни Заходу є найбільш економічно і соціально розвиненими, знаходяться на рівні досконалості ринкових відносин і легко можуть ділитися практичним досвідом розвитку останніх як з країнами, що знаходяться на ранній стадії формування ринку, так і з країнами так званого „третього світу”, які відстають у розвитку соціального прогресу.

Ринок, як складова економічної системи, є невід'ємною частиною суспільства, з удосконаленням якого він проходить усі його циклічні стадії – формування, зростання, спаду, що притаманне і суспільству. Особливо це стало відчутним за часів становлення стадії капіталізму.

У практичній площині ринок доцільно розглядати як організацію господарства, за якої відбувається вільна гра ринкових сил, де кожен із учасників реалізовує свої інтереси на засадах економічно вільного партнера, який, намагаючись покращувати свій добробут, одночасно збагачує суспільство. За таких умов конкуренція гармонізує інтереси суб'єктів ринку і досягається економічна рівновага, за якої ніколи не виникають суперечності між окремим індивідуумом і суспільством.

Нинішній ринок у результаті еволюційного розвитку набув статусу й існує в різних формах, від найпростішого магазину до формування великих оптових ринків та торгових центрів. У зв'язку з цим відбувалася й еволюція підходів до трактування ринку, у результаті чого сформульовано велику кількість його визначень, які, в одному випадку, є досить простими, а в іншому – за рахунок деталізації опису ознак чи властивостей перевантажують його сутність. Наприклад, відомі американські вчені К. Макконнелл і С. Брю досить спрощено дають визначення ринку: „Ринок – це інститут, або механізм, який зводить до купи покупців („продавців попиту”) і продавців („постачальників”) окремих товарів та послуг” [123, с. 54].

Учений-економіст С. Мочерний вважає, що „ринок насамперед виступає як обмін товарів, організований за законами руху товарно-грошових відносин (законом вартості, законом попиту та пропозиції, законом конкуренції та законами грошового обігу), і водночас як важливий елемент господарського механізму” [157, с. 152]. Позитивним у дослідженнях ринку С. Мочерним є те, що він наголошує на необхідності розрізняти поняття „ринок” і „торгівля”. Він вважає, що „ринок виступає особливою ланкою відтворення, важливим компонентом загальної системи

економічних відносин суспільства, а торгівля – це галузь економіки” [157, с. 153].

Нинішні ринкові відносини у країнах з розвинутою економікою істотно відрізняються від своїх попередників. На зміну колишній цеховій монополії ремісників із жорсткою регламентацією виробництва та збуту прийшла вільна конкуренція. Економічні системи під впливом модернізації ринку позбулися колишньої стихійності, і виробництво в них відбувається, переважно, регульоване, яке зумовлене тим, що відбулася еволюція ринків за адміністративно-територіальною ознакою. На зміну певній території, де здійснювалися купівля-продаж різноманітних товарів і послуг, в основному регіонального виробництва, прийшли осучаснені універмаги, універсами, магазини, оптові регіональні ринки, які можна зарахувати до категорії внутрішнього ринку.

Становлення капіталізму та збільшення масштабів виробництва зумовили перенасичення місцевих внутрішніх ринків товарами власного виробництва, що унеможливило реалізацію їх в повному обсязі і спричинило пошук та формування ринку вищого рівня. У форматі ринку вищого рівня з'явилися регіональні та національні ринки сировини, праці, товарів, учасниками яких ставали іноземні покупці. На етапі розвитку корпоративного капіталізму, який і нині проявляє свої риси, вільно конкурують окремі підприємства із різними формами корпорацій.

Форма внутрішнього ринку відображає найпростіші відносини на ранній стадії товарного виробництва, яке зумовлювало обмін у зв'язку із суспільним поділом праці. Характерною властивістю відносин під час обміну було те, що виробник виступав і як продавець, а покупець міг бути і споживачем. Незважаючи на такий статус, зрозумілим є, що мотивом виробництва продукту була потреба в ньому.

Внутрішній місцевий ринок виступав як сфера економічної співпраці національних виробників і споживачів, обмін між якими відбувався у форматі реалізації товарів споживачам у межах окремих регіонів власної країни, з використанням національної грошової одиниці і не передбачався експорт вітчизняних продуктів споживачам інших країн. Внутрішній ринок характеризується взаємовідносинами, які виникають усередині країни та зумовлені виробництвом і продажем продукту. Розвиток і еволюція внутрішніх ринків та поглиблення поділу праці між економічними суб'єктами на рівні національної економіки сприяли зростанню масштабів виробництва й наближенню рівня задоволення потреб суспільства країни у товарах та послугах національного виробництва. Виникла також необхідність усунення дефіциту та нестачі товарів власного виробництва у

задоволенні внутрішнього попиту населення країни, що зумовлювало подальший еволюційний розвиток обмінних процесів.

Еволюція розвитку ринку характеризується і надмірним попитом. Особливо проявляє він свою дію в період розвинутого капіталізму, на рівні внутрішнього місцевого ринку. За рахунок нього підприємства прагнуть підвищити ціни і послабити зусилля, спрямовані на стимулювання і скорочення сервісу, для скорочення рівня попиту на тих ділянках, які менш прибуткові. У такий спосіб не ліквідується попит, а лише знижується його рівень.

Водночас, у результаті посилення поділу праці в регіонах та збільшення виробництва окремих видів товарів місцеві внутрішні ринки були неспроможними реалізувати наявні їх обсяги, що зумовлювало необхідність подальшої еволюції ринку на рівні країни. Внутрішні регіональні ринки слугували основою для формування національного ринку. Це означає, що частина товарів, що вироблялася на внутрішній ринок, могла бути реалізованою за його межами.

На національному ринку домінує сукупний попит, який виступає як загальний попит не на окремому ринку, а на суцільному ринку в економіці країни. Це реальний обсяг національного виробництва, який можуть придбати споживачі як суб'єкти економіки незалежно від зміни рівня ціни. Він може класифікуватися як дійсний і реалізований, що забезпечується купівельною спроможністю населення, хоча на цій стадії існує і незадоволений попит з причин відсутності товарів або грошей.

Сукупний попит значною мірою визначається повсякденним, як попит на продукти харчування, товари першої необхідності, та періодичним, що має місце при купівлі одягу, взуття, меблів тощо. Періодичний попит, з боку одного чи групи споживачів, не може достатньо впливати на ефективність ринку в цілому, оскільки попит на окремий вид продукту в суспільстві є постійним і може лише коливатися в результаті сезонності на окремі види товарів.

Застій ремісничо-фактурної бази в умовах розвитку суспільних відносин став стримувати еволюцію ринку і спричинив виникнення фабрично-заводської індустрії, продукція якої не могла обмежитися реалізацією на внутрішньому ринку і вимагала виходу на міждержавний і світовий ринки. За цих умов схема еволюції ринку мала такий вигляд: внутрішній місцевий ринок – національний – міжнародний – світовий (рис. 1.7). Еволюція проявлялася в пошуках нових каналів збуту продукції за межами національного ринку, що вимагало міждержавного переміщення товарів, і реалізація його була під впливом попиту населення інших країн.



Рис. 1.7. Організаційно-просторова модель еволюції ринку.

На вимогу часу формувався національний ринок, який інтегрував у собі всі внутрішні місцеві ринки країни і створював підґрунтя для експортно-імпортного обміну товарами. Національний ринок доповнювався тією частиною імпортованих товарів, виробництво яких не здійснювалося в країні. Цей обмін обумовлювався міжнародними економічними договорами на предмет товарообміну, і національний ринок ставав учасником міжнародного ринку, який являв собою сукупність окремих сегментів товарів, що орієнтувалися на іноземних покупців і продавців. Фактично експорт продукції формує національний ринок.

Національні ринки різних країн, як правило, пов'язані між собою у форматі міжнародного ринку. Міжнародний ринок – це ринок покупців і продавців за межами країни, у тому числі зарубіжних товаровиробників, споживачів, посередників, державних і наддержавних органів [71]. Основними видами товарів на цьому ринку можуть виступати капітал, продукція аграрного сектору економіки, харчової, легкої, текстильної, хімічної, важкої та інших видів промисловості. Умовами експорту товарів є вигідні ціни та їх надлишок на національному ринку. Тому міжнародний ринок товарів і послуг спочатку розвивався у формі обміну надлишками товарів, для реалізації яких знаходили нішу на зовнішньому ринку у сфері торговельних відносин окремої країни, що здійснювалися за її межами.

Еволюція міжнародного ринку та спеціалізація країн на виробництві товарів, збут яких на міжнародному ринку є значно вигіднішим, ніж на внутрішньому, зумовили виникнення нової форми обміну – світового ринку. Ринок світовий – це система соціально-економічних відносин у сфері обміну, що виникає між об'єктами міжнародних економічних відносин на основі розвитку міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування та інтернаціоналізації виробництва і збуту товарів та послуг [71]. Підґрунтям

функціонування світового ринку є міжнародна виробнича спеціалізація окремих країн, в яких здійснюється виробництво товару, щоб відбулася адекватна заміна вироблених товарів однієї країни на товари іншої, яких вона виробити неспроможна. За рахунок еволюції і розширення світового ринку, як правило, забезпечується прискорення процесу розширеного відтворення виробництв тієї країни, товари якої експортуються.

Виникнення світового ринку спричинено поглибленням міжнародного поділу праці, що об'єктивно зумовлює взаємозв'язок між окремими територіями та країнами, які спеціалізуються на виробництві певних товарів і послуг.

Еволюція світового ринку в жодному разі не є тотожною еволюції національного ринку. У зв'язку з цим окремі товари, що знаходять реалізацію на внутрішньому ринку, за своїми якісними показниками і споживчою вартістю не можуть бути реалізованими на світовому ринку.

Позитивною рисою світового ринку є те, що обмін товарами спрямовує діяльність виробників на оптимізацію використовуваних факторів виробництва, спрямовує і зумовлює їх рух у найбільш ефективні сфери. Світовий ринок виступає як „санатор”. Він очищує світове ринкове середовище від тих товарів, які не відповідають світовим стандартам якості і не витримують жорстких вимог міжнародної конкуренції. На етапі розвитку світового ринку його еволюція відбувається в напрямі, де промисловий капітал підкорює собі торговий. На етапі, де еволюція спрямовується на завершення формування світового ринку, домінуючим виступає фінансовий капітал.

Розмір кожного окремого ринку розглядається А. Смітом з позиції еволюції, залежно від поділу праці [71]. З іншого боку, величина ринку створює сприятливі передумови для поділу праці і спеціалізації виробництва. Однак, на нашу думку, погляди А. Сміта, що здатність людей до обміну продуктів спричинила й поділ праці, – мають дискусійний характер, оскільки поділ праці з'явився раніше, ніж виникли товарне виробництво і обмін його результатами.

У будь-якому разі, еволюція розвитку ринку засвідчує, що його належить сприймати як механізм, за якого відбувається суперництво між споживачами і споживачами, виробниками і виробниками, іншими суверенними суб'єктами економіки, де кожному з них гарантований суверенітет і рівноправна свобода дій з приводу реалізації своїх інтересів на засадах досконалої конкуренції. Характерними ознаками сучасного ринку є наявність сукупності покупців і продавців та формування стабільних

відносин між суб'єктами ринку на основі їх взаємоповаги у процесі купівлі-продажу товарів.

Споживачами готової продукції на ринку виступають як фізичні особи, що є представниками домогосподарств, так і окремі фірми, підприємства, громадські організації, для яких споживчі товари можуть стати у їх господарській діяльності засобами виробництва. Подавцями можуть виступати як окремі виробники, підприємства, фірми, так і посередники. Звідси ринок має бути організованою структурою, спроможною забезпечити зустріч продавців і покупців для їх взаємодії з метою вигідної реалізації своїх інтересів (табл. 1.3).

На всіх етапах розвитку людства характерним еволюції ринку супроводжує і стимулює життєвий цикл товарів який проходить стадії створення, розвитку, зрілості і спаду. На першій стадії відбувається швидкий ріст ринку виробленого товару та швидке піднесення виробництва.

Товар характеризується високою якістю, диференційованістю цін та споживчою вартістю. З'являється багато покупців, які бажають його придбати, хоча більшість із них не має всіх відомостей про цей товар, не завжди уявляє, для чого він і як веде себе у використанні. Виробників товару є небагато, і між ними немає конкуренції, практично вона нульова.

На другій стадії відбувається нарощування виробництва, можливе підвищення ціни, певний спад якості продукції, продукт стає відомим і попит на нього зростає. Покупці через систему відгуків одержують інформацію про вигоду придбання товару і намагаються купити його. Тут же виникає сумнів щодо об'єктивності ціноутворення.

На третій стадії відбувається насичення ринку товаром і попит сягає найвищої межі задоволення. Товарообіг приносить виробнику максимальний дохід, переважно, за рахунок обороту. Конкуренція на цій стадії набуває ознак досконалої.

На четвертому етапі відбувається зниження обороту та згасання ринку, оскільки якість товару знижується, є присутньою антиреклама. Покупці намагаються знайти альтернативу та замітники товарів. За таких умов більшість виробників, не витримуючи конкуренції, залишають ринок.

Еволюція і становлення ринку є надзвичайно тривалим процесом, який характеризується поетапністю і постадійною зміною його форми, сутності і прояву відносин відповідно до історичного розвитку суспільства. Обмін є похідним від поділу праці, який виступає вирішальним і первинним у зародженні ринку. У масштабах суспільства чи країни ринок будь-якого рівня відображає внутрішні відносини виробничо-економічних зв'язків із виробництва і реалізації продукції.

**Характерні особливості еволюційних етапів розвитку ринку
сільськогосподарської продукції**

Етап	Вид відносин	Попит	Пропозиція	Конкуренція	Ціна
Полювання – збирання дарів природи	Випадкові, стихійні, особисті	Епізодичний індивідуальний	Надлишок продукції	Нульова	Проста форма вартості, нееквівалентність
Скотарство – землеробство	Нерегулярні, сусідські, обмінні, особисті	В міру потреби, індивідуальний, періодичний, нерегулярний	Вільний надлишок	Нульова	Бартер, нееквівалентність
Сільське господарство – ремісництво	Регулярні, постійні, розподільчі, особисті, товарні	Прихований – незадоволений, індивідуальний, періодичний	Надлишок для обміну	Досконала	Повна або розгорнута форма вартості
Промисловість – торгівля	Постійні, товарно-грошові, особисті	Платоспроможний, масовий, повсякденний	Для обміну	Досконала, випадки чистої монополії	Еквівалентність обміну
Внутрішній місцевий	Регулярні, особисті, товарно-грошові	Надмірний, платоспроможний, повсякденний	Для обміну	Досконала, монополістична	Еквівалентність обміну
Національний	Суспільні, розподільчі, товарно-грошові	Сукупний	Для обміну	Досконала, монополістична	Еквівалентність обміну
Міжнародний	Систематичні, розподільчі, локальні, торговельно-економічні	Сукупний	Експорт	Монопольна	Світова
Світовий	Глобальні, розподільчі, економічні	Сукупний	Експорт	Монопольна	Світова

Ці закономірності еволюції розвитку і становлення є притаманними і ринку сільськогосподарської продукції в нинішніх умовах. У процесі еволюції на ринку сільськогосподарської продукції постійно відбувалися зміни, і він пройшов великий шлях від елементарних базарів, ярмарків, торговищ до сучасних крупних, багаторівневих, організованих ринків, для яких характерним є систематичне оновлення кон'юнктури товарів з високою якістю та товарного асортименту. Він спроможний задовольнити попит покупців при проявах дії досконалої конкуренції.

Ринок являє собою місце конкурентної боротьби, де кожен із учасників може задовольнити суперечливі інтереси, де для одного з'являється вигода, а інший зазнає втрат, і водночас задовольняються потреби на вигідних їм умовах, за яких одержується зиск для споживача – у формі товару високої якості, а для продавця – прибутку.

Еволюцію ринку сільськогосподарської продукції можна розглядати як зміну та вдосконалення системи економічних відносин, що формувалися протягом тривалого періоду за участю різних інституцій і були спрямованими на регулювання виробництва продукції аграрних товаровиробників та її рух у сфері обміну до споживача.

У процесі реформування аграрного сектору економіки України одночасно відбувалися зміни економічних відносин і відносин власності та утворення різноманітних форм господарювання, і, як результат, це зумовило розвиток аграрного ринку на її теренах. Перехід від планової економіки до ринкових умов не був надто стихійним, оскільки великою мірою використовувався набутий досвід високорозвинених країн з ринковою економікою. Але нетактовно було б стверджувати, що їхній досвід міг бути вільно застосований у наших умовах і успішно втілений у реальність економічного життя. Основними причинами цього стали відсутність визначених орієнтирів та недостатня обізнаність сільських жителів з питань запровадження ринкової економіки, наявність характерних і притаманних лише селянам України властивостей, зокрема непевненості та настороженості у сприйнятті нового.

З іншого боку, інтенсивному впровадженню відносин ринкового типу завадила наявна інертність сільськогосподарських виробників, в яких у минулому були надійні та гарантовані державою способи реалізації їхньої продукції, та, безперечно, відсутність відповідної інфраструктури ринкового типу. Більше того, продовольчий ринок розвивався з порушенням дії ринкового механізму, у результаті чого виникав дисбаланс співвідношення між попитом і пропозицією. Цей процес також характеризувався наявністю протиріч у підходах влади та підприємців до розуміння ролі і значення та специфіки функціонування структур ринкового типу в аграрному секторі, внаслідок чого його становлення значно відстало від динаміки політичних і соціально-економічних обставин розвитку суспільства. Як результат, економіка України пройшла свій шлях формування і становлення ринкових відносин в аграрному секторі, в еволюції якого можна виділити окремі етапи, які характеризуються певними рисами, особливостями та специфічними результатами.

Розвиток вітчизняного аграрного ринку широко висвітлено в працях В. Андрійчука, Ф. Горбоноса, В. Зіновчука, М. Зубця, О. Крисального, М. Маліка, П. Саблука, І. Червена, Г. Черевка, О. Шпичака, В. Юрчишина та інших вчених. Ці та інші автори приділяли велику увагу як теоретичному обґрунтуванню його розвитку, так і практичній реалізації розроблених рекомендацій. Дискусії з принципових питань аграрного ринку мають ключове значення в стратегії і тактиці подальшого його розвитку. Проте окремі праці деяких авторів з питань розвитку аграрного ринку мають характер теоретизму, що підкріплюється політичними амбіціями. Внаслідок цього поза увагою залишається бажання сільськогосподарських товаровиробників зайняти нішу достатньо обґрунтованого режиму ефективної реалізації продукції в ринкових умовах і бути впевненими у своєму майбутньому.

Щоб виявити, які з існуючих способів реалізації продукції сільськогосподарськими товаровиробниками були найбільш властивими окремим етапам становлення аграрного ринку, необхідно проаналізувати еволюцію його розвитку з виділенням характерних рис і особливостей.

Реформування аграрного сектору економіки України призвело до радикальних змін форм власності на майно і землю, які нарівні з іншими чинниками, зокрема суспільним поділом праці, правом товаровиробників вирішувати, що, скільки і як виробляти, вільним обміном ресурсами, який забезпечує вільне ціноутворення та ефективне господарювання, стали основними передумовами виникнення й функціонування аграрного ринку в Україні.

Історичний підхід до вивчення суті й механізму аграрного ринку свідчить, що перші прояви ринкових відносин в аграрному секторі спостерігалися в стародавні часи, коли між землеробськими і скотарськими племенами відбувався обмін результатами праці, які становили надлишок над потребами виробника. У такий спосіб інтерес забезпечувався в міру і в межах можливостей як одного, так і другого учасника обміну. Це був найпростіший обмін і найпримітивніша форма ринкових відносин, коли вироблені продукти передавалися переважно з перших рук і безпосередньо в руки споживача. Цей обмін продуктами відбувався не на основі вартості, як втілених затрат праці на їх добування чи виробництво, а відображав доцільність обміну обсягами товарів для задоволення потреб споживача, на основі їх цінності у рівній мірі для учасників обміну, і мав випадковий, бартерний характер.

З розвитком людства відбулося поглиблення суспільного поділу праці, яке спонукало до виникнення товарного виробництва і спричинило

необхідність не випадкового, а регулярного обміну надлишками продукції на ринку як товару. Економічні засади такого ринку знаходили відображення в еквівалентному обміні результатами затрат праці між виробниками різноманітної сільськогосподарської продукції.

Розуміння змісту та функцій ринку описано ще у працях Аристотеля. Він вперше найповніше дослідив такі явища, як розподіл праці, обмін, гроші, вартість, ціна, цінності, капітал тощо. Його концепція тривалий час визначала характер поняття ринку. Аристотель зауважував факт виробництва продукції для обміну, саме для ринку [144, с. 42]. Йому належить класичне обґрунтування інституту приватної власності як основної складової ринку, що закладено в самій природі людини, її психології та необхідності для існування суспільства, його прогресу. Саме приватна власність, на думку філософа, забезпечувала найефективніше господарювання. Вихідна ідея вчення Аристотеля – це зрівняння різних благ та результатів праці в обміні, досягнення „еквівалентності“, „пропорції“, без якої немає ні обміну, ні ринку, ні суспільства.

Цю думку, щодо еквівалентності обміну товарів, підтримали А. Сміт, Д. Рікардо, С. Сісмонді, К. Маркс та ін. Вчені вважали, що економічною основою інтересів діяльності людей є задоволення їхніх потреб внаслідок обміну результатами праці на ринку, у процесі якого проявляється рівноцінність і відмінність товарів через еквівалентність затрат праці на їх виробництво.

Функціонування ринку можливе лише на засадах дії економічних законів, основним з яких є закон вартості, відповідно до якого продукція реалізовується з урахуванням затрат, понесених на її виробництво, але за тією вартістю, в яку споживач оцінить задоволення своїх відповідних потреб. Іншим важливим законом є закон економії ресурсів, який передбачає постійне вдосконалення якості продукції з одночасним зниженням затрат на її виробництво. Порушення вимог цього закону робить неможливою повноцінну дію закону вартості, оскільки продукція може бути неконкурентоспроможною.

Функціонування ринку, начебто, можна було б звести до примітивної взаємодії попиту і пропозиції, коли за недостатньої пропозиції ціни зростають і забезпечують виробнику рентабельне виробництво, тоді як пожвавлення виробництва збільшує обсяги пропозиції, внаслідок чого ціни на товар знижуються. Цінність регулюючої функції ринку зумовлюється законом рівноваги попиту і пропозиції, згідно з яким за рівних умов обсяг продукції для продажу на ринку урівноважується платоспроможністю покупців.

Ринки були життєво необхідні для забезпечення потреб жителів міст у різних продуктах харчування. Саме ринковий механізм установлює загальну рівновагу цін і розв'язує основні проблеми організації економіки – що і скільки виробляти за опосередкованою участю споживачів, що пов'язано з безпосередніми їх доходами.

З розвитком спеціалізації та збільшенням масштабів виробництва виникла необхідність більше часу приділяти виробникам його технології і процесам, у результаті чого залишалось обмаль часу на реалізацію виробленої ними продукції, що призвело до зміни статусу набутої традиційної форми ринку, який зводив безпосередньо виробника – продавця з покупцем – споживачем. Обмін товарами стали брати на себе різні посередники, й одночасно стали вирішуватися питання своєчасного і безперебійного постачання продукції на ринки міст. Посередники, які були агентами ринків, могли закуповувати у селян їхню продукцію на місцях або в момент її доставки до місця продажу. У таких умовах встановлювалися домовленості виробників з посередниками щодо закупівельних цін на продукцію. У процесі еволюції ринку засобами обміну стають крамниці, що безперебійно забезпечують товарами споживачів, створюються ярмарки, біржі тощо, які для своїх потреб використовують сховища, склади, комори і здатні працювати в оптовому режимі обміну. На нашу думку, це засвідчує, що еволюційні процеси становлення ринку в окремих суспільних формаціях відтворювалися майже в одній і тій самій послідовності і за аналогічною схемою дії учасників, але рівень розвитку структур і відносин між учасниками ринку з кожною наступною фазою цивілізації був на щабель вищим.

Розвиток ринкових відносин в Україні характеризувався здійсненням глибоких інституційних змін, наявністю та боротьбою протилежностей економічних механізмів планової та ринкової економіки, нестабільністю та недосконалістю законодавчої бази, неузгодженістю урядових рішень щодо функціонування ринку. Рівень оснащення виробників технічними засобами та оборотними коштами був недостатнім, і водночас обмежувався доступ сільських товаровиробників до банківських кредитів через високі відсоткові ставки. Допікали товаровиробникам високий рівень податків і низькі закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію. За таких умов низькими були ділова активність і прояв комерційної ініціативи з боку виробників, у результаті чого знизилися обсяги виробництва й реалізації продукції.

Формування ринкового середовища, у тому числі й аграрного ринку, в економіці України відбувалося із самого початку становлення її незалежності еволюційно, про що свідчать дані табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Етапи еволюції аграрного ринку та їх характерні ознаки

Період	Етап	Характерні риси, особливості
Вихідна позиція 1990 р.	Домінування системи державних заготівель сільськогосподарської продукції	Жорсткий централізований розподіл ресурсів, дефіцит товарів. Централізоване ціноутворення, яке забезпечувало сприятливе для агровиробників співвідношення між цінами на сільськогосподарську і промислову продукцію, високий рівень рентабельності сільськогосподарського виробництва.
1991 – 1994 рр.	Згортання державних заготівель, комерціалізація сфери обігу сільськогосподарської продукції	Приватизація переробних і заготівельних підприємств. Збільшення кількості суб'єктів товарообмінних операцій. Гіперінфляція, наслідками якої стали наростання бартеризації і тінізації товарообміну, висока варіація цін у регіонах. Збільшення обсягів реалізації продукції в рахунок оплати праці.
1995 – 1999 рр.	Формування й розвиток інституту комерційних посередників	Різде згортання прямих зв'язків між сільськогосподарськими виробниками і переробними підприємствами. Розвиток мережі аграрних і універсальних бірж, структур. Розвиток неорганізованих комерційних каналів збуту, що проявилось у формуванні структур, зорієнтованих на закупівлю продукції в господарствах населення, збільшенні обсягів реалізації сільськогосподарської продукції на міських продовольчих ринках, прямого продажу її населенню. Пік диспаритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, збитковості сільськогосподарських підприємств.
2000 – 2004 рр.	Розвиток організованих структур ринкового типу	Підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектору* зумовило необхідність упорядкування діяльності ринкових інститутів. Нормалізація зв'язків сільськогосподарських виробників з модернізованими переробними підприємствами в окремих продуктових підкомплексах. Відродження системи державної фінансової підтримки сільськогосподарського виробництва. Розвиток системи гуртової торгівлі. Загострення проблеми контрабандного імпорту.
з 2005 р. і донині	Перетворення ринкових інститутів під впливом глобалізації	Активізація підготовки до вступу України до СОТ. Декларація намірів про євроінтеграцію та боротьбу з контрабандою продовольства. Ріст купівельної спроможності населення, що зумовив зростання попиту на якісні продовольчі товари, насамперед тваринницького походження.

* Внаслідок прийняття у грудні 1999 р. Указу Президента України „Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки“

Проте тривалий час впровадження ринкових відносин в аграрному секторі зумовлювався, передусім, повільними темпами зміни економічних і виробничих відносин, на які мали значний вплив певні причини, найважливішими з яких є:

- недостатнє забезпечення вільної конкурентної діяльності всім учасникам ринку;
- відсутність економічних важелів, що стимулюють зниження собівартості і збільшення дохідності під час виробництва, переробки і реалізації продукції;
- недотримання, з різних об'єктивних причин, принципів самофінансування і самоокупності в усьому циклі проходження товару;
- нераціональне та недостатнє регулювання державою ринкових відносин;
- недостатній розвиток інфраструктури аграрного ринку на регіональному і національному рівнях;
- відсутність досконалої системи інформаційного забезпечення за допомогою моніторингу попиту і пропозиції та насичення ринку товарами тощо;
- відсутність нормативно-правової бази щодо визначення якості, стандартів товарів.

Отже, основними причинами, що стримували розвиток ринкових відносин в аграрному секторі України, був, передусім, брак умов для саморегулювання економічних процесів широкої підприємницької діяльності, а також відсутність активної участі держави у створенні ринкової інфраструктури та недостатнє забезпечення сільськогосподарських виробників ресурсами промислового походження з недотриманням паритету цін, порушення партнерських зв'язків з переробними, обслуговуючими, заготівельними й торговельними підприємствами тощо. І, як результат, аграрний ринок України в перехідний період не зміг забезпечити достатньою мірою виконання притаманних йому функцій.

1.3. Конкуренція як основоположна властивість ринку сільськогосподарської продукції

Ринок сільськогосподарської продукції є самодостатньою структурою національної економіки країни і виконує завдання з виробництва і реалізації продуктів споживачам. Він, як система соціально-економічних відносин, формується і діє на підставі ринкового механізму, основними елементами якого є ціна, конкуренція, попит і пропозиція товару. Маючи низку

притаманних лише йому властивостей, ринок став невід'ємним компонентом товарного виробництва і організаційною формою буття цього процесу.

У своєму створенні і розвитку ринок сільськогосподарської продукції постійно диверсифікувався, видозмінювався та вдосконалювався. Проте незаперечною основою стабільної діяльності ринку сільськогосподарської продукції є правило – оновлення асортименту вироблюваної продукції, підвищення її якості та своєчасне задоволення попиту споживачів у певний час і у визначеному місці, за неослабленого прояву конкуренції, як основоположного атрибуту його функціонування.

В умовах планово-економічної системи хоча й відбувалися купівля-продаж товарів, проте конкурентні відносини, як такі, не проявлялися. Це засвідчує, що і в умовах ринкової економіки взаємодія учасників в процесі обміну можлива без прояву різючих ознак конкуренції, якщо на торговому ринку є врівноваженими кількість продукції до реалізації виробниками і кількість, що її бажають придбати споживачі. Тому конкуренція може виникати лише за певних умов.

Однією з них є наявність на ринку значної кількості виробників однотипної продукції або ресурсу. Безперечно, продукція за індивідуальними витратами виробників є неоднаковою, але всі вони зацікавлені в тому, щоб відшкодувати їх за рахунок споживача і одержати прибуток. Виробники з вищими індивідуальними затратами намагатимуться реалізувати свій товар за вищою ціною. Цього можна досягти за рахунок вищої якості продукції, або дії виробника повинні бути спрямовані на заохочення споживача. Дія ж закону вартості на ринку сприяє товаровиробникам з нижчими індивідуальними затратами знизити ціну, чим зацікавлює споживача. Усе це й зумовлює прояв конкуренції між товаровиробниками однотипної продукції.

Важливою умовою виникнення конкуренції є свобода вибору виробниками певного виду діяльності. За рахунок цього виробники можуть змінювати асортимент, обсяги виробництва та якість продукції, а тому і в умовах високої конкуренції певного виду продукції виробникам є можливість виробляти інший продукт з меншою кількістю конкурентів.

Вагоме значення для прояву конкуренції має відповідність між попитом і пропозицією. Якщо пропозиція значно перевищуватиме попит, то покупець вільний у виборі якісної і дешевої продукції й конкуренція та боротьба між виробниками за споживача зростатиме. І навпаки, в умовах зростання дефіциту товари будуть реалізовуватися дуже швидко і конкуренції буде слабо простежуватися.

Конкуренція між виробниками зростатиме зі збільшенням у них грошової маси, яка може бути втілена у засоби виробництва. Висока забезпеченість знаряддями і предметами праці слугує для виробника не лише підґрунтям до зниження затрат праці і собівартості продукції, а й орієнтиром у виборі виду господарської діяльності, забезпечує високу доступність її зміни та швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку.

Конкуренція товаровиробників сільськогосподарської продукції виступає одним із важливих елементів ринкового механізму і водночас основоположним його атрибутом. Це основна умова, за якої працюють ринкові механізми, що генерують цінові сигнали, породжують стимули, формують ринкове багатство, розмаїття асортименту і високу якість продукції та послуг [67, с. 45].

На стадії виробництва сільськогосподарської продукції конкуренція має свою мету і проявляється у формі джерела й стимулу підвищення ефективності господарюючих суб'єктів. Вона є економічним змаганням виробників однакової продукції на ринку, спрямованим на залучення якомога більшої кількості споживачів, завдяки цьому – одержання максимальної вигоди” [67, с. 46]. Це засвідчує, що конкуренція виробників має мотивувати виробництво того асортименту продукції і такої якості, які б зумовлювали високий рівень уподобання і спонукали споживачів до необхідності її придбання.

У перекладі з англійської дослівно конкуренція означає „зіштовхуватися”, тобто характеризує ситуацію боротьби між товаровиробниками однойменної продукції. Мабуть, походження поняття „конкуренція” спричинено виникненням певних відносин, внаслідок неадекватної поведінки або появи конфлікту між окремими товаровиробниками з приводу реалізації продукту.

В економічній енциклопедії „Політична економія” конкуренція визначається як „притаманна товарному виробництву, заснована на приватній власності на засоби виробництва антагоністична боротьба між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів і одночасно механізм стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва” [312]. Всесвітньо відомі економісти К. Маркс і Ф. Енгельс вважали, що конкуренція проявляє себе лише за умов приватної власності: „...конкуренція є не що інше, як такий спосіб ведення промисловості, коли вона управляється окремими приватними власниками” [128].

На думку авторів економічної енциклопедії, „конкуренція – це економічне суперництво і боротьба між приватними і колективними

товаровиробниками та продавцями товарів і послуг за якнайвигідніші умови їх виробництва і збуту, за привласнення найбільших прибутків, в процесі якого стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва” [71].

Вчений С. Мочерний конкуренцію розглядає як об’єктивний економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва, форм і системи заробітної плати тощо [71]. На думку вченого, зазначені чинники є не лише підґрунтям прискорення розвитку якоїсь окремої галузі чи виробництва певного виду продукції, а й рушійною силою розвитку всієї економічної системи.

Завдання, яке ставлять собі на ринку одні виробники, – вийти переможцем у змаганні з іншими виробниками ідентичної продукції у завоюванні привабливості споживача і одержати на цьому ґрунті сталий прибуток. „Конкуренція означає економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення інтересів, пов’язаних з продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам” [73, с. 229]. Але конкуренцію доцільно розглядати як економічне явище, а економічне явище є не що інше, як зміна відносин. Проте, у даному визначенні автори не наголошують на цій ознаці.

Інший підхід до розуміння поняття конкуренції сформувався у Й. Шумпетера. Він вважає, що конкуренція – це боротьба виробників за економічні ресурси, за зміцнення їх позиції на ринку і головне в конкурентній боротьбі є впровадження нововведень, які руйнують застарілі відживаючі технології, техніку і обладнання, організацію праці і виробництва тощо [71]. За його переконанням, переваги конкуренції в тому, що вона забезпечує розподіл обмежених ресурсів залежно від аргументації і рівня економічної діяльності учасників змагання. І переможе в конкурентній боротьбі той виробник, який запропонує продукцію вищої якості або за нижчою ціною.

Через те, на нашу думку, роль конкуренції зводиться насамперед до того, що вона сприяє встановленню на ринку певного порядку, який забезпечує гарантування виробництва достатньої кількості і високої якості продукції, що реалізується за зрівноваженою ціною.

Автори словника іншомовних слів конкуренцію розглядають за двома напрямками, а саме: боротьба між приватними товаровиробниками за вигідніші умови виробництва й збуту товарів; суперництво між окремими

особами, зацікавленими в досягненні певної мети кожний для себе [265, с. 352]. Перша частина цього визначення цілком збігається з дефініцією, викладеною в економічному словнику [74, с. 246]. Підхід авторів зазначених словників до розуміння поняття конкуренції більше засвідчує її виклад за епохи зміни економічних укладів і відсутність її, як такої, в планово-економічній системі. Через це дефініція, викладена у словниках іншомовних слів, характеризується обмеженістю у певний момент, тоді як конкуренція існує впродовж усього часу, на всіх стадіях розвитку капіталізму, в умовах якого були різні форми власності. Тому констатувати й зосереджувати увагу на боротьбі лише між приватними товаровиробниками явно недостатньо, а розглядати її як суперництво між окремими особами, зацікавленими в досягненні певної мети кожний для себе, взагалі не коректно, позаяк конкуренція як явище характеризується масовістю, динамічністю і виникає не лише між окремими особами, а пронизує відносини між великою кількістю виробників різних видів діяльності і виробництва різноманітних видів продукції економічної системи.

Конкуренція – важливий засіб контролю в ринковій економіці. Її дія проявляється на основі ринкового механізму і законів попиту та пропозиції й доводить вимогу споживачів до підприємств – виробників продукції, а через них – до постачальників ресурсів. Саме конкуренція змушує виробників і постачальників ресурсів задовольняти побажання споживачів. Отже, конкуренцію породжують об'єктивні умови ринкового господарювання і вона виступає рушійною силою у боротьбі товаровиробників за джерела сировини, ринки збуту виробленої продукції, сфери вкладення капіталу з метою отримання найбільшого прибутку й підвищення ефективності господарської діяльності.

Залежно від рівня розвитку ринкових умов та національної економіки загалом конкуренція може проявлятися у різних видах і формах. Основна конкуренція складається між окремими товаровиробниками, окремими споживачами, окремими продавцями і окремими покупцями. Конкуренцію поділяють за видами і формою на досконалу (чисту) і недосконалу, внутрішньогалузеву, міжгалузеву, цінову і нецінову, нечесну, монополістичну, чисту монополію, олігополію тощо. В економічній літературі вчені конкуренцію також поділяють за такими критеріями, як суб'єкти, об'єкти, форма, законність, наслідки дії тощо. Названі види і форми конкуренції мають деякі однакові риси та відмінності.

Конкуренція виступає необхідною умовою функціонування і важливим елементом механізму саморегулювання ринкової економіки. Вона сприяє встановленню на ринку певного порядку, який забезпечує

гарантування виробництва достатньої кількості і високої якості всіх видів продукції, що може реалізуватися за високою ціною. Найважливішою функцією конкуренції в ринковій економіці є її прямий вплив на процес ціноутворення. Особливість конкуренції в сучасних умовах проявляється в тому, що коло суб'єктів, які вступають у конкурентні зв'язки, відчутно змінилося. Через це, на ринку відбуваються конкурентні відносини не лише між товаровиробниками, а й відносини між виробниками і споживачами. І виробники щоби привабити споживачів, намагаються урівноважити ціну. Це й зумовлює основне завдання конкуренції – сприяння товаровиробникам у боротьбі за споживача завоювати ринок, перемогти своїх конкурентів й забезпечити одержання сталого доходу.

За таких умов досконала конкуренція є надзвичайно вигідна для товаровиробників, які намагаються розширити виробництво і піклуються про його технічну переоснащеність, запровадження нових технологій та організацію праці, на основі чого можна підвищити рівень її продуктивності і якості продукції та знизити собівартість її одиниці. Підвищення якості продукції та зниження витрат на її одиницю, а відтак і можливе зниження ціни є особливо важливими для товаровиробників в умовах досконалої внутрішньогалузевої конкуренції, коли вони виробляють і реалізують однакову продукцію, чим задовольняють одну й ту ж саму потребу. Результатом дії досконалої конкуренції в такій ситуації може стати перетворення окремих індивідуальних витрат виробництва в єдину ринкову вартість, тобто відбувається максимальне наближення індивідуальних затрат виробника до суспільно необхідних. Саме в органічній єдності дії законів конкуренції і вартості нормалізуються умови розвитку ринку, згладжуються всі суперечності. Це дає виробникам можливість розширити ринки збуту своїх товарів і одержати більшу масу прибутку на вкладений капітал. З огляду на наслідки дії та режим функціонування ідеальна досконала конкуренція є стимулом до економічного розвитку суб'єктів ринку.

Ідеальна досконала конкурентна економіка – це така, за якої рішення про розподіл ресурсів приймається добровільно через обмін товарів за гроші за ринковими цінами і яка може витиснути максимальну кількість корисних тарифів і послуг з доступних економіці ресурсів [259, с. 80].

В основному на ринку сільськогосподарської продукції і проявляє себе досконала конкуренція, якій притаманна присутність великої кількості виробників, де кожен із них не може вплинути на рівень встановлення ціни. Особливість досконалої конкуренції полягає в тому, що окрема конкурентна фірма не може відчутно вплинути на ринкову ціну, встановити ціну вищу, ніж ринкова, оскільки на ринку існує дуже велика кількість інших

продавців-конкурентів і покупці можуть придбати необхідну кількість цієї продукції в інших продавців за ринковою ціною. Отже, виробник не має змоги впливати на ціну і обмежений у використанні цінових методів конкуренції.

Кожне підприємство прагне збільшити виробництво продукції, здійснюючи цей процес на засадах розширення. Однак це можливо лише в разі зниження ціни на продукцію до рівня витрат виробництва. Щоб домогтися зазначеного результату, конкуренція змушує підприємства активізувати роботу, спрямовану на впровадження у виробництво науково-технічних досягнень, застосовувати продуктивнішу й більш економну техніку, впроваджувати енергоощадні технології, новітні методи організації виробництва та праці.

Учені М. Малік та О. Нужна вважають, що „конкуренція – це суперництво старого з новим, коли конкуруючі одиниці шляхом аналізу структури ринку визначають ступінь свободи продавця і покупця на ринку, поставивши собі за мету якомога повніше задоволення потреб покупця” [126, с. 8].

Конкуренція в даному випадку розглядається не як економічне явище, яке потребує розкриття його суті, форми, змісту, видів, а лише як така, що створює умови, забезпечує ефективне функціонування виробника і є генератором розвитку обмінних процесів на ринку сільськогосподарської продукції.

Позитивний ефект конкуренції проявляється тоді, коли створені певні сприятливі умови для її дії. Найважливішою умовою, що зумовлює функціонування механізму конкуренції, є рівність і рівноправність економічних агентів, що діють на ринку. Тут однакову вагу впливу мають як кількість виробників аналогічного продукту, так і кількість його споживачів. Суттєвою умовою створення досконалої конкуренції є доступність без будь-якого обмеження всіх учасників до інформації про стан ринку, ціни на товари, затрати на виробництво, якість продукції тощо, а відтак вільний вхід на ринок і вихід з нього виробників чи споживачів у зв'язку з відсутністю перешкод у вигляді організаційних об'єднань або структур. Зростанню конкуренції може сприяти штучно створений ажіотаж навколо певного виду продукції, в основу якого покладено політичні мотиви або монопольні інтереси, незалежно від уподобання споживачів чи встановленої ціни, яка є далеко не адекватною суспільно необхідним затратам праці і якості продукції.

Сам ринок сільськогосподарської продукції не в змозі створити конкуренцію чи конкурентне середовище, оскільки виробництво продукту

здійснюється не ринком, а підприємствами, фірмами, товариствами, господарствами населення тощо. Не маючи статусу виробника, ринок лише доповнює і завершує процес виробництва та обміну, а тому не мав би виступати повним одноосібним форматом у вирішенні долі продукту на шляху переміщення від виробника до споживача, яким його наділяють багато дослідників. Він є лише вихідним станом в економічних відносинах між виробниками і споживачами й виконує особливу роль у переміщенні продукції технологічним ланцом від виробництва до збуту конкретного продукту. Очевидним є й те, що, займаючи певну обмежену, хоча й дуже важливу позицію в системі сучасних економічних відносин, ринок сільськогосподарської продукції не може розширитися у своїх діях за межі, відведені йому. Отже, ринок сільськогосподарської продукції виступає лише місцем для прояву конкурентних дій виробниками. Він і сам потребує цієї боротьби, у результаті якої прийдуть нові конкуренти і активізується їх життєдіяльність як суб'єктів і учасників ринку, так, як і ринку загалом.

У процесі продукування продукції сільські виробники не в змозі контролювати своїх конкурентів щодо затрат праці і засобів виробництва. У процесі виробництва кожного з них цікавлять лише одержані результати – обсяги продукції, її якість і за якою ціною вона буде реалізована. Тобто в процесі створення продукції кожний із виробників не проявляє жодного інтересу до стимулів, напруження праці і рівня використання техніки й обладнання, впровадження новацій тощо своїх суперників. Жоден із виробників також не може володіти інформацією про параметри виробництва однорідної продукції своїх суперників, оскільки їх є надто велика кількість і вони досить розосереджені в просторі, а з іншого боку, він не може мати інформації про ці параметри навіть з причини її конфіденційності. Тому кінцеві споживчі цінності і вартісні параметри продукції визначаються лише на ринку в момент продажу. За таких умов конкуренція відбувається між виробниками не лише на стадії збуту, а більше на стадії виробництва.

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукту на ринку сільськогосподарської продукції необхідна з декількох мотивів. По-перше, необхідно знати, який вид продукції потребує найбільшої пріоритетності виробництва і які його обсяги потрібні на перспективу та за яких умов можливе забезпечення утримання існуючих позицій на ринку. Якщо споживачі на ринку потребують збільшення обсягів, то необхідно передбачити, за рахунок яких чинників можна цього досягти.

По-друге, найприйнятнішим, як показує зарубіжний досвід, є покращання технології виробництва, що зумовлюється необхідністю

переоснащення галузі основними фондами. Сприятливі умови для швидкого зростання певної продукції на ринку можливі лише за рахунок залучення інвестицій та відповідної підтримки з боку держави. Важливим є своєчасно встановити і провести ці заходи, щоб на ринку сільськогосподарської продукції не утворилася ніша, яку легко зможуть заповнити продукти імпортного виробництва.

По-третє, необхідно визначити рівень та стан виробництва соціально значущих галузей, які є недостатньо ефективними, але вкрай необхідні для розвитку національної економіки. Такими галузями, наприклад, можуть стати виробництво продукції садівництва, льону-довгунцю, продукції вівчарства, лікарських трав тощо, на які залучення необхідних інвестиційних ресурсів є проблематичним. Заради справедливості слід зазначити, що може втратити свою конкурентоспроможність і галузь скотарства, рівень якої нині на ринку сільськогосподарської продукції забезпечується на три чверті господарствами населення. Вирішення цих завдань є можливим лише за рахунок створення державою необхідних умов, у тому числі концентрації зусиль аграрної науки на розробці заходів розвитку сектору економіки в цілому і, зокрема, окремих галузей та напрямів.

Наявність великої кількості товаровиробників на ринку сільськогосподарської продукції зумовлює факт досконалої конкуренції, проте її прояв між окремими конкретними виробниками не відчувається. Кожний із присутніх на ринку з реалізації ідентичної продукції виступає лише суперником один одному. Якщо їхня продукція однакової якості, то індивідуальні їх зусилля мусять бути спрямовані на „опрацювання” споживачів завдяки залученню маркетингових ходів, психологічного приваблювання, акційних та інших складових. У такий спосіб, конкуренція, як особливий, основоутворюючий атрибут ринку сільськогосподарської продукції, спрямовується на зміцнення суб'єктом ринкового становища і „завзвичай зорієнтована не на витіснення з ринку конкурентів, формування привабливішої для покупця пропозиції, а на поліпшення умов своєї господарської діяльності...” [317, с. 32].

На ринку сільськогосподарської продукції у момент, коли є висока пропозиція, конкуренцію спонукають самі виробники, які є основним збудником і складовою конкуренції. Це може відбуватися до того часу, поки частина з них не відійде, у результаті чого пропозиція знизиться. На зміну цьому приходять конкуренція між споживачами, де споживач стає основною складовою конкуренції і стимулюватиме виробників продукції до виробництва. Таким чином, на ринку в окремих часових моментах може

проявлятися „пік” активної діяльності виробників і „пік” активної поведінки споживачів, між якими досягається рівновага.

Рівновага не є вигідною для сегмента виробника, бо конкуренція повинна через цінову політику регулювати виробництво продукції і позитивно впливати на економію ресурсів. Саме конкуренція змушує виробників і постачальників ресурсів задовольняти побажання споживачів. Кожне підприємство прагне збільшити виробництво продукції, здійснюючи цей процес на засадах розширення. Але це можливе лише в разі зниження ціни на продукцію до рівня витрат виробництва. Щоб досягти такого результату, як ми вже зазначили, конкуренція змушує підприємства активізувати роботу із впровадження у виробництво науково-технічних досягнень, застосовувати більш продуктивну і економічну техніку, енергоощадні технології, новітні методи організації виробництва праці.

Таким чином, конкуренція як основоположний атрибут ринку сільськогосподарської продукції має насильницький характер, змушуючи виробників скеровувати свої дії на підвищення конкурентоспроможності продукції. Відповідно до вимог споживачів виробники повинні спрямовувати свої зусилля на виробництво продукції, яка б відповідала запитам споживачів, а це означає, що вона повинна відрізнятися від продукції інших виробників привабливістю, високими споживчими якостями, ціною, упаковкою, порядністю продавця тощо.

Якщо виходити з того, що у час занадто великої пропозиції конкуренція, проявляючи свою дію, зумовлює зниження ціни, то неодмінно зростає бажання виробників якнайшвидше її збути і позбутися надлишку. А в разі зменшення пропозиції конкуренція серед споживачів проявляється у вигляді суперництва і боротьби за заволодіння обмеженим продуктом. „Кожен із суб’єктів конкурентної боротьби має свої специфічні потреби, інтереси, іманентні цілі, використовує неоднакові форми і методи такої боротьби” [71].

З іншого боку, всі мотиви і дії виробників і споживачів, які спрямовані на досягнення максимального економічного інтересу кожним із учасників в процесі купівлі-продажу, спонукають до розгортання конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції. Конкурентна боротьба між товаровиробниками ведеться за найвигідніші умови збуту продукції, а між споживачами – за придбання більшої кількості якісної продукції за нижчою ціною. Конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції посилюється дією економічних законів попиту і пропозиції, і наміри кожного з учасників, по суті, перебувають одночасно під об’єктивним і суб’єктивним впливом їх дії, що зумовлює і визначає більш або менш успішних. За таких умов на

ринку сільськогосподарської продукції мала б проявлятися дія „невидимої руки”, коли „об’єктивні закони ринкової економіки діють незалежно від волі та бажань окремих людей, спонтанно забезпечують гармонію інтересів особи... та узгодження економічних інтересів суб’єктів господарювання за умов ринкової економіки, суспільні умови та правила економічної гри” [85, с. 63]. І в першому, і в другому випадках конкуренція розглядається як основоположний засіб реакції ринку сільськогосподарської продукції на необхідність врегулювання ситуації протистояння, що зумовлена появою іншого формату відносин і взаємодії внаслідок входження нових учасників і, відповідно, для встановлення нової рівноваги між елементами ринкового механізму.

Практично конкуренція, як основоположний атрибут ринку сільськогосподарської продукції, позбавляє можливості утримання ціни за домовленістю виробників. На ринку, з чим погоджується більшість сучасних економістів-дослідників, ринкові ціни – це сума грошей і тільки та сума, як результат узгодження, яку може і здатний сплатити за товар покупець і на яку згоден продавець. Вона формується під впливом конкуренції і певної гри ринкових сил, в основі якої лежить балансування ринкового попиту і ринкової пропозиції на певні види товарів.

Саме економісту А. Сміту належить позиція важливості існування конкуренції. У своїх дослідженнях і висновках він доводить, що завдяки вільній конкуренції підприємців і через їх власні інтереси найкраще розв’язуються питання, з максимально можливою корисністю і для суспільства, і для кожного.

Суть зводиться до того, що підприємства – виробники і постачальники ресурсів, домагаючись своєї вигоди в умовах гостро конкурентної ринкової системи, одночасно спрямовуються невидимою рукою, сприяють забезпеченню державних, суспільних інтересів. В умовах конкурентної боротьби підприємства змушені використовувати найбільш економічну комбінацію ресурсів для виробництва певного виду продукції, оскільки це відповідає їх власній вигоді, а це відповідає й інтересам суспільства. У кінцевому рахунку, якщо підприємство максимізує свій прибуток, то суспільний продукт теж максимізується.

Англійський вчений-економіст Д. Рікардо дещо в іншому напрямі розвивав теорію конкуренції. Він вважав, що в основі конкурентоспроможних властивостей продукції лежать порівняльні переваги, які дають підставу виробникам реалізовувати за кордон менш затратну продукцію порівняно з іншими товарами, які виробляються в країні. На нашу думку, цей принцип викликає дискусію стосовно

доцільності вибору, як варіанта вигідності експорту продукції, при зовнішньоекономічних зв'язках, продукції з меншими матеріально-грошовими затратами, оскільки вона може поступатися за якісними параметрами.

Отже, ринок сільськогосподарської продукції об'єктивно забезпечується тим, що конкуренція уже за своєю природою виконує роль регулятора обсягів виробництва, підвищення якості продукції і зниження витрат на її одиницю, спонукаючи виробників активно впроваджувати науково-технічні досягнення, вдосконалювати технологію і організацію праці та знижувати витрати. Цим самим конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції закладає основу вимог відповідальності виробників щодо ведення їх господарської діяльності.

Проте на ринку сільськогосподарської продукції під дією недосконалої конкуренції проявляється суперечлива ситуація, коли незалежно від того, бажають чи ні окремі люди, намагаючись домовитися і досягти взаємної злагоди у задоволенні інтересів кожним, результат твориться за принципом „не може статися вигода для одного, не заподіявши шкоди іншому”.

Утворення та входження на ринок сільськогосподарської продукції нових аграрних підприємств різної організаційно-правової форми власності, незалежно від їх розміру, як правило, зумовлює і посилює розвиток конкуренції загалом. Але новоствореним сільськогосподарським підприємствам, на початках їх діяльності, доводиться проводити велику маркетингову роботу, щоб здобути прихильність покупців до своєї продукції і досягти рівня своїх конкурентів.

Рівень конкуренції, як основоположного атрибуту ринку сільськогосподарської продукції, значною мірою визначається участю у процесі аграрного виробництва суб'єктів зовнішнього середовища інфраструктурного характеру. Надання і виконання ними у визначені та стислі строки агротехнічних послуг, вчасне постачання якісних мінеральних добрив, достатнє забезпечення пально-мастильними матеріалами у сукупності має значний вплив на одержання обсягів продукції і її якісних показників.

Нерідко конкуренція між товаровиробниками на ринку сільськогосподарської продукції, внаслідок втручання держави в регулювання цін, втрачає суть і форму. Це особливо відчувають господарства населення з виробництва молока та м'яса, реалізуючи їх державним закупівельним організаціям і переробним підприємствам. Донедавна держава повністю контролювала ці процеси. Нині переробні

підприємства, користуючись монопольним становищем, повторюють дії держави, встановлюючи низькі і невідповідні закупівельні ціни на цю продукцію.

Особливістю ринку сільськогосподарської продукції є досить вільний доступ і сприятливі умови для реалізації своїх інтересів як продавцем, так і споживачем. Особливий вплив на формування конкурентної ситуації на ринку мають споживачі, їх дії та кошти, які вони здатні витратити на придбання товару. За умов високої платоспроможності покупець може надати перевагу продукції виробника з високим престижем, придбавши навіть товар за дещо вищою ціною, ніж ринкова, і в такий спосіб створити жорстку конкуренцію, особливо між виробниками продукції однакової якості. Прояв такої ж конкуренції можна спостерігати і під час реалізації гуртовими партіями на переробні підприємства та посередникам.

І навпаки, в умовах низької платоспроможності загрозу розвитку конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції може становити виробництво товарів-замінників. Особливо нині це є відчутним за умов високого імпорту рослинних жирів, пальмової олії. Масло, вироблене із цієї сировини, є дешевшим, але певною мірою шкідливим для людей. Проте воно з успіхом складає конкуренцію вершковому маслу з молочної сировини.

Щоб досягти конкурентної переваги на ринку сільськогосподарської продукції в процесі реалізації і забезпечити свою мету, окремі виробники згодні йти на зниження ціни. Це може статися з метою витіснення й розорення конкурента і завоювання монопольного становища на ринку [149, с. 99].

Унікальні продовольчі можливості України, як стверджує низка вчених [91; 254], закладені в її природно-економічній потенції. Проте аграрний сектор економіки, незважаючи на очевидність його переваг і резервів, ще не став фактично стратегічною моделлю розвитку аграрного виробництва на світовому рівні. На ринку сільськогосподарської продукції спостерігається нестабільність у виробництві надто важливих видів продукції, таких як молоко, м'ясо, суттєво коливаються в часі обсяги виробництва зерна, цукру, фруктів тощо. Використовувані заходи і часта зміна встановлення квотування, ліцензування і мита з метою підвищення конкурентоспроможності аграрних товаровиробників поки що не забезпечують позитивних результатів зростання ефективності середнього і дрібного бізнесу в аграрному середовищі. В наслідок цього знижується інвестиційна привабливість сільськогосподарських підприємств та оптимізм виробників.

Натомість останніми роками набули некерованого розвитку заходи з перерозподілу власності на селі та формування трансрегіональних інтегрованих структур. За рахунок використання високотехнологічного та низькозатратного виробництва експортної і, як правило, рослинницької продукції агрохолдингами їм вдалося значно підвищити свою конкурентоспроможність на ринку сільськогосподарської продукції, призвести до вимивання коштів із сільських територій та зростання соціальної напруги на селі. Подібна практика укрупнення і навіть створення нових продовжує існувати і нині в аграрному секторі економіки. Це є одним із негативних проявів дії конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції. Цю стурбованість ми поділяємо разом з ученими І. Кириленком, В. Кравчуком, які вважають, що „за рахунок значного піднесення конкурентності, продуктивності праці і земельних угідь, фондоозброєності, зростання обсягів вкладень і віддачі капіталу, суттєвого нарощування дохідності та ін. чітко простежуються також негативні тенденції і в першу чергу в соціальній сфері: вимиваються кошти із поселенської мережі, адже податки сплачуються не за місцем основного виробництва, занепадає її інфраструктура, монополізм звужує можливості інших форм господарювання або поглинає їх, високими темпами зростає безробіття...” [91, с. 110].

Такий сценарій прояву дії конкуренції не є сприятливим для вирішення внутрішніх проблем мікроформувань, зате породжує труднощі та створює скрутні умови виживання на ринку сільськогосподарської продукції.

У зв'язку з цим приваблює досить оригінальний підхід вченого-економіста Г. Черевка до сутності категорії „конкурентоспроможність”, який пропонує розглядати її у площині взаємозалежності між можливим проявом конкуренції і протистоянням з економічною потужністю підприємства: „Категорія конкурентоспроможності підприємства є однією із важливих економічних характеристик і вагомим чинником рівня міцності економічного стану підприємства. Водночас економічний стан підприємства значною мірою формує рівень його конкурентоспроможності як здатність до стабільного позиціонування себе на ринку відповідної продукції завдяки конкурентним перевагам щодо своїх конкурентів, що дає змогу стабільно протистояти зовнішнім впливам” [280, с. 20]. Отже, його висновок, що конкурентоспроможність певного підприємства являє собою значно вищий рівень управління суспільно-економічними процесами і на вищих інноваційних засадах, ніж у конкурентів, які мають місце в момент

динамічного пристосування до змін та умов економічного середовища, на наш погляд, є досить переконливим.

А тому конкурентоспроможність підприємств є відносним показником і достовірність виміру є досить сумнівною, а абсолютні свідчення, такі як частка продукту певного виробника на ринку сільськогосподарської продукції чи обсяг її експорту, повною мірою не забезпечують достатньої інформації про конкурентоспроможність продукту. Звідси, конкуренцію на ринку сільськогосподарської продукції може скласти будь-який вид товару лише в порівнянні з іншим. Товарний вигляд, упакування, позитивна характеристика якісних показників не лише стверджують похвальну атестацію продукції порівняно з однотипною, а й дають підставу для рекомендації масової її поставки на ринок сільськогосподарської продукції з метою повного задоволення попиту населення. У такий спосіб факт створення умов конкурентоспроможності продукції і, як наслідок, прояв конкуренції виступають важливими основоположними атрибутами ринку сільськогосподарської продукції. Конкуренція як чинник ринку проявляється у формуванні переваг продукту за рахунок ціни та якості порівняно з аналогічним.

Споживачі купують сільськогосподарську продукцію не для втіхи, а для задоволення своїх потреб. При цьому у споживача виникає низка вимог до того чи іншого товару. Найважливішими з них, що можуть задовольнити потреби споживача, є якість товару. Кожний товар повинен бути носієм різних конкретних властивостей, що відображає його корисність, і відповідати певним вимогам людини. Корисність товару характеризується споживчою вартістю, а споживча вартість має визначатись відповідною якістю.

Сучасна ринкова економіка ставить принципово нові вимоги до якості продукції, яку виробляє підприємство. Виживання будь-якого підприємства, його стійке становище на ринку товарів і послуг визначається рівнем конкурентоспроможності, яка характеризується двома показниками – рівнем ціни і рівнем якості продукції. При цьому якість продукції стає чи не найголовнішим чинником у поведінці споживача під час вибору товару.

Якість продукції виступає основним чинником конкуренції і одним із найважливіших показників діяльності підприємства. На якісну продукцію завжди є попит, вона реалізується за вищою ціною і, відповідно, підприємство одержить більше прибутку. Саме підвищення якості продукції, що забезпечує одержання додаткового доходу, забезпечує виживання підприємства в умовах ринку (рис. 1.8).



Рис. 1.8. Основні напрями впливу якості продукції.

У разі зниження уваги до якості продукції відбувається погіршення, що спричинює значні негативні наслідки. З економічного погляду це не виправдані втрати матеріальних і трудових ресурсів, пов'язані з виробництвом, транспортуванням і зберіганням продукції.

Особливе значення для підвищення якості сільськогосподарської продукції мають дотримання агротехніки, технології і якість виконання робіт на кожній окремій технологічній операції. Так, наприклад, у рослинництві нерівномірне внесення добрив, неякісна оранка і недотримання глибини загортання насіння негативно впливають на сходи й розвиток рослин, зумовлюють нерівномірність досягання, що в кінцевому підсумку ускладнює їх збирання та збільшує втрати врожаю.

Особливістю ринку сільськогосподарської продукції є те, що конкуренція як основоположний його атрибут може в часі і просторі за певних умов переростати з досконалої у цінову. Цінова конкуренція, проявляється, як спосіб продажу однорідної продукції, яка схожа за якістю і в низки виробників може продаватися за нижчою ціною. Підставою цього можуть бути підвищення рівня продуктивної праці і зниження собівартості продукції за рахунок інноваційного розвитку підприємства. Можлива втрата прибутку на одинці продукції зумовлює зростання загальної суми за рахунок обороту. На нашу думку, такий засіб не завжди є виправданим, але

для зміцнення економічного становища підприємства й утримання його позицій на ринку є прийнятним.

На противагу ціновій, на ринку сільськогосподарської продукції за участі крупних товаровиробників може проявлятися й нецінова конкуренція. Крупні підприємства є спроможними, за рахунок підвищення якості продукції, покращання її асортименту, підвищення рівня обслуговування і надання додаткових послуг, у тому числі продажу у кредит, досягти переваг над конкурентами, не маневруючи ціною. Проте такий захід можливий лише в умовах стабільності економічного становища в країні. В умовах нестабільності ж і цінова, і нецінова конкуренція можуть зумовити появу інших видів конкуренції, таких як недосконала, недобросовісна тощо.

Недосконала конкуренція проявляє свою дію на ринку сільськогосподарської продукції тоді, коли продавці є здатними впливати на ринкову ціну. Це зумовлено тим, що конкуренція, як головний елемент ринкового механізму на ринку, тісно взаємодіє з іншими його складовими і проявляє свою силу лише через пропозицію і ринкову ціну. На ринку сільськогосподарської продукції інколи має місце й недосконала конкуренція. І якщо дія досконалої конкуренції спрямована на підвищення конкурентоспроможності та ефективності галузі й удосконалення структури виробництва відповідно до вимог суспільства, то недосконала обмежує і деформує та породжує її монополізм.

На кожному окремому торговому рівні, у разі відсутності інших виробників, у часі і просторі може проявитися монопольна конкуренція, де єдиний представник певного виду продукції встановлює ціну, яка далеко не відповідає ціні на загальному ринку сільськогосподарської продукції. Узгодження ціни між виробником і споживачем відбудеться за умов, коли ключову роль у ціноутворенні відіграватиме виробник і задоволення потреб споживача станеться вимушено.

Певною мірою схожою з недобросовісною конкуренцією є нечесна конкуренція – це прояв дій господарським суб'єктом, що спрямовані на одержання комерційної вигоди на ринку внаслідок обману споживачів, партнерів та інших господарюючих суб'єктів. Вона може проявлятися у поданні ними неправильних відомостей про споживчі властивості товару інших виробників та ділову репутацію конкурентів, впливі на постачальників ресурсів, поданні неправдивої інформації у банки та переманюванні окремої частини товаровиробників-конкурентів до співпраці.

Найбільш згубним проявом нечесної конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції є втручання крупних посередників, які,

скуповуючи продукцію у товаровиробників за низькою ціною, навіть нижчою від її собівартості, в умовах нестачі у виробників обігових коштів, усувають конкурентів і не допускають на ринок інших виробників, а водночас примусом необґрунтовано підвищують ціну на завершальному етапі обміну.

Для унеможливлення прояву неприйнятних видів конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції формування відносин повинно відбуватися за умов державного контролю і дії заходів антимонопольного характеру.

Нині владні структури України намагаються враховувати специфічні риси формування конкурентного механізму і врегульовувати його дію в економіці країни правовими актами. Правове регулювання суспільних відносин стає ефективнішим настільки, наскільки воно точніше виражає економічні та політичні умови, процеси та потреби розвитку суспільства. Так, стимулюючи розвиток економічних конкурентних відносин законодавство України, з одного боку, захищає економічну конкуренцію, а з іншого – підприємців від протиправних дій.

У Законі України „Про захист економічної конкуренції”, який прийнятий Верховною Радою України 11 січня 2001 р., зазначено, що економічна конкуренція – „змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі – суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [211]. Цим законом регулюються відносини всіх органів державної влади та адміністративно- господарського управління із суб'єктами господарювання та споживачами у зв'язку з економічною конкуренцією. Його положеннями передбачається регулювання та управління в окремих галузях економіки на основі проведення моніторингу ринків цих галузей з метою прогнозування їх розвитку. Дія органів влади спрямовується на створення умов для здійснення підприємництва в будь-яких сферах діяльності, а також усунення будь-яких обмежень на створення нових підприємств, здійснення окремих видів діяльності з виробництва чи реалізації певних видів продукції. Положення закону спрямовані на недопустимість надання окремим суб'єктам господарювання пільг чи інших переваг, які ставлять їх у привілейоване становище стосовно конкурентів, або створення несприятливих чи дискримінаційних умов діяльності, що може призвести до обмеження чи спотворення конкуренції.

Потребують удосконалення деякі нормативні акти наявної правової бази, що зумовлюють нерівні умови діяльності різних суб'єктів господарювання. Зацікавлені особи, популяризуючи ідею забезпечувати національну безпеку держави або реалізацію соціальних гарантій, створюють політику державного протекціонізму, яка спрямована на підтримку пріоритетних територій, галузей або окремим категоріям підприємств надаються різні пільги та привілеї і цим самим продукується формування в окремих випадках монополістичних начал, хоча в економічній теорії існує точка зору, що за ринкових відносин монополії є невластивим, випадковим явищем. Прагнення до монопольного становища є природним настроєм для кожного суб'єкта господарювання, і утворення монополій є закономірним наслідком економічного розвитку підприємства.

Країна з міцною економічною системою приймає антимонопольні законодавчі акти, які забороняють угоди і діяння товаровиробників-монополістів, спрямовані на обмеження конкуренції, проникнення інших економічних суб'єктів на ринок та прояв цінової дискримінації. В Україні окремо прийнятий Закон „Про захист від недобросовісної конкуренції”, яка визначається як “будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам торговим та іншим чесним звичаям і підприємницькій діяльності” [77, с. 281]. В умовах недобросовісної конкуренції, як зазначено положеннями цього закону, проявляється неправомірне використання чужих позначень, фірмового найменування, рекламних матеріалів, упаковки, копіювання зовнішнього вигляду продукції іншого виробника.

На ринку сільськогосподарської продукції конкуренція як особливий атрибут має характер динамічного розвитку. Це зумовлено тим, що вона відбувається між виробниками різних організаційно-правових форм власності і масштабів виробництва. Свою продукцію представляють крупні підприємства і дрібні та середні, такі як фермери, дрібні товаровиробники та господарства населення. Протидіяти крупним підприємствам, щодо запровадження нових форм організації праці, інноваційних технологій тощо, що є основою зростання продуктивності праці і зниження собівартості продукції, вони не в змозі. Це суттєво знижує їх конкурентоспроможність.

На стан конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції мають великий вплив внутрішні чинники, такі як забезпеченість кваліфікованими кадрами. Нині недостатня кількість кваліфікованих працівників у сільському господарстві набула загрозливого характеру. Працівники, що мають мінімальний стаж роботи і малий досвід, не можуть достатньо кваліфіковано і якісно забезпечити виконання операцій технологічного

процесу виробництва сільськогосподарської продукції, що в кінцевому результаті знижує її обсяги і якість.

На рівень конкуренції ринку сільськогосподарської продукції значний вплив мають природно-кліматичні умови. Цей чинник є постійно діючим, має об'єктивний характер. Регіони із сприятливими природно-економічними умовами створюють додаткові конкурентні переваги. Наприклад, товаровиробники Центрального регіону країни мають чорноземні ґрунти, родючість яких у 1,5 – 2 рази перевищує цей показник ґрунтів Поліської зони. А отже, і урожайність, і якість продукції будуть вищими і, що найважливіше, собівартість продукції буде значно нижчою.

Таким чином, нині на ринку сільськогосподарської продукції конкуренція як особливий атрибут проявляє себе переважно в сегменті реалізації. У цих умовах виробникам важко вести боротьбу між собою за фактом, а тому вони повинні обрати місцем конкурентної боротьби сегмент виробництва і там проводити роботу з оновлення асортименту, підвищення якості, здешевлення продукції та надання споживачам гарантій відповідності між їх запитом і одержаним результатом. За інших умов конкуренція може призвести до розорення виробників, безробіття на селі та економічних криз виробництва.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

2.1 Атрибути відносин у форматі сегментів ринку сільськогосподарської продукції

Рівень життєдіяльності людей окремо взятого суспільства визначається ступенем розвитку його продуктивних сил. Суспільство, у широкому розумінні, – це сукупність історично утворених форм спільної діяльності людей [269, с. 923]. Більш предметно подає це визначення вчений М. Павлишенко, який вважає, що „суспільство – це сукупність людей, які об’єднані в єдине ціле певними умовами життя: спільністю території, способом виробництва, управління, національними, культурними та іншими чинниками” [188, с. 9]. На думку науковця, це складний живий організм із цілою системою взаємозв’язків між людьми, які складаються в процесі їхньої життєдіяльності. Кожному окремому суспільству притаманне джерело прогресивного руху, яким є суспільне виробництво.

Суспільне виробництво є складною системою взаємозв’язків між окремими виробниками, підприємствами, фірмами, організаціями, що об’єднує їх в єдине ціле. Основними факторами виробництва виступають суспільна праця, предмети і засоби праці. Вони являють собою не механічну, а органічну суму індивідуальних факторів виробництва, що утворюють певну систему з внутрішньою будовою у кожному окремо взятому підприємстві і використовуються людьми для здійснення матеріального і нематеріального виробництва.

Суспільне виробництво – це сукупна організована діяльність людей із перетворення речовин і сил природи з метою створення матеріальних і нематеріальних благ, необхідних для їх існування та розвитку [73, с. 115]. Суспільне виробництво має безперервний цикл відтворення, характеризується постійним повторенням та відновленням, не може припинити виробляти продукт, як і не може перестати споживати.

Суспільному виробництву притаманна низка різноманітних відносин, основними з яких є суспільні. Це багатогранні зв’язки між соціальними групами, класами, націями, а також внутрішні у процесі їх економічної, соціальної, політичної, культурної діяльності [269, с. 923]. Зв’язки визначають суттєві сторони особистих відносин людей у суспільстві, пов’язаних безпосередньо контактами. Автори Радянського

енциклопедичного словника виділяють у суспільних відносинах: первинні – матеріальні, базисні – виробництва та вторинні – ідеологічні.

З огляду на це у форматі суспільства виникає й відбувається безліч стосунків і відносин, що вибудовують послідовну і нескінченну кількість причинно-наслідкових зв'язків між людьми, об'єктами і речами у сфері соціально-економічного життя і діяльності. Як зазначав видатний німецький філософ В. Гегель, кожна конкретна річ перебуває у різних відносинах з іншими [128].

У науковій та економічній літературі термін „відносини” використовується без означення чітких меж, доцільності вживання і в кожному окремому випадку може мати різну сутність стосовно використання, що не дає загалу розуміння сутності і механізму дії й не забезпечує його конкретність у використанні. Наприклад, у формально-логічному, як і в політекономічному значенні вчений В. Апопій вважає, що зазначені відношення і зв'язок різні за своєю суттю. „По суті зв'язки виступають іманентним аспектом відносин, виконуючи складні функції специфічного механізму їх виявлення і реалізації” [10, с. 81].

Якщо відносини розглядати як філософську категорію, то обов'язково дійдемо висновку, що вони виражають характер розташування одних речей відносно інших і не виключають їх взаємозалежності і взаємозумовленості. А тому відносини мають об'єктивний характер. Філософ О. Прохоров переконаний, що у світі існують лише речі, їх властивості і відносини, які пов'язані нескінченними зв'язками, і відносини з іншими речами [22, с. 328].

Відносини виступають на різних рівнях розвитку суспільства у вигляді систем різного ступеня складності. Одні й ті ж відносини можуть бути властивими для всяких речей або між декількома речами в умовах різних соціально-економічних формацій. Речі не існують поза відносинами і останні завжди є відносинами речей [287, с. 676-677].

У кожному окремому випадку, у дослідженні відносин, необхідно виходити з того, що існують внутрішні відносини кожного окремого об'єкта і зовнішні, пов'язані з існуванням інших об'єктів. За таких умов необхідно взяти до уваги, по-перше, відносний характер пізнання внутрішніх і зовнішніх відносин, по-друге, їх перехід з одних в інші і, по-третє, ті обставини, що зовнішні відносини залежать від внутрішніх, є їх проявом і виявленням [287, с. 677].

З точки зору авторів філософського словника, речі не існують поза відносинами, останні завжди є відносинами речей. Існування всякої речі, її специфічні особливості і риси, її розвиток залежать від усієї сукупності її

відносин з іншими речами об'єктивного світу [287, с. 264]. Відносини постійно розвиваються і модифікуються, ускладнюються і спрощуються – відбувається процес їхньої диверсифікації [33, с. 17]. У категоріальному форматі, окремі автори вважають, що відносини – це категорія, яка характеризує взаємозалежність елементів певної системи. Відносини мають об'єктивний і універсальний характер. У світі існують лише речі і їх властивості і відносини, які перебувають у безкінечних зв'язках з іншими речами і властивостями [334].

Наукове пізнання сутності речей, закономірностей їх виникнення і розвитку розкривається через виявлення їх відносин з іншими речами. Характеризуючи елементи діалектики, В. Ленін вказував на необхідність дослідження відносин: „Вся сукупність багаточисельних відносин цієї речі до інших”, „відносини кожної речі... не лише різноманітні, але й всезагальні, універсальні. Кожна річ зв'язана з кожною; безкінцевий процес розкриття нових сторін, відносин...” [334].

У сучасній науці, в якій вивчення стійких відносин що повторюються, і відносин між різними речами, явищами і процесами все більше домінує над описом, класифікацією і зіставленням окремих властивостей, значення категорії „відносини” суттєво зростає [334].

У сучасному тлумачному словнику української мови термін „відносини” подається, як „стосунки, взаємини, зв'язки між кимось. Вони перебувають в певній відповідності і співвідношенні з чимось, які показують відношення до чогось або зв'язок із чимось [277, с. 119].

Відносини речей і явищ одне з одним безкінечно багатогранні у просторі і в часі: причинно-наслідкові відносини, відносини частини і цілого, форми і змісту, зовнішнього і внутрішнього тощо [334].

У видовому означенні відносини можна розглядати в суспільстві, підприємстві, колективі, а також у площині політичній, економічній, торговій, на ринку тощо. У зв'язку з високою аморфністю значна частина відносин, як поняття, ототожнюється між собою і не чітко відображає спосіб вживання і сферу їх застосування. До того ж відносини на ринку сільськогосподарської продукції у розрізі сегментів характеризуються певними атрибутами. „Атрибут – це невід'ємна властивість об'єкта, явища... істотна ознака” [265, с. 78].

Прикладом невизначеності є категорії „виробничі відносини”, „економічні відносини”, „суспільні відносини”, „відносини власності” тощо. У зв'язку з цим значна плеяда вчених, філософів намагалася висунути свої підходи і погляди щодо розуміння поняття „відносини”.

Так, учений-економіст Ф. Енгельс переконаний, що економічні відносини виникають й існують відповідно до способу суспільного виробництва, в якому виготовляються засоби і предмети, необхідні для життєзабезпечення людей. Ученому вдалося виокремити й розмежувати дефініції „економічні відносини” і „виробничі відносини”. За його переконанням, економічні відносини – це „той спосіб виробництва, за умов якого люди виробляють засоби до життя і обмінюють між собою продукти... техніка виробництва і транспорту” [71]. Ця техніка визначає також і спосіб обміну, спосіб розподілу продуктів, поділ на класи, державу, політику, право тощо. До цього поняття слід зарахувати географічну основу, на якій розвиваються економічні відносини, та зовнішнє середовище, що їх оточує. Тобто категорія „економічні відносини” є набагато ширшою і місткішою, ніж категорія „виробничі відносини” [71].

Певна частина дослідників у публікаціях та економічній літературі ототожнюють визначення виробничих відносин із суспільними, які виникають між людьми у процесі матеріального виробництва, обміну та споживання матеріальних благ [74, с. 75]. Наприклад, М. Туган-Барановський відносини людей у виробничому функціонуванні сприймав як суспільні відносини у межах їх господарської діяльності.

Особливим типом складових суспільних відносин є економічні відносини. Економічні відносини – це сукупність відносин між людьми у процесі виробництва матеріальних і духовних благ та їх привласнення в усіх сферах суспільного відтворення. Відносини між людьми у сфері виробництва складаються з: відносин привласнення предметів природи через процес праці; відносин спеціалізації, кооперування, комбінування виробництва тощо всередині окремого підприємства, об’єднання, організації та між підприємствами; відносин організаційно-економічного характеру, що формуються й розвиваються в процесі управління менеджерами підприємства; відносин щодо привласнення робочої сили, засобів виробництва, управління власністю у цій сфері, контролю за виробництвом тощо [71].

Економічні відносини формуються як система в результаті взаємодії трьох відносно самостійних підсистем: організаційно-техніко-економічних, виробничих відносин та відносин власності. Техніко-економічні відносини є речовою формою розвитку продуктивних сил, тоді як виробничі відносини і відносини власності відображають суспільну форму існування і функціонування продуктивних сил. Найшвидше прогрес продуктивних сил здійснюється тоді, коли їх рівню відповідають дві названі підсистеми – техніко-економічні відносини і виробничі відносини [33, с. 30].

Економічні відносини на мікрорівні формуються під дією і впливом таких потужних складових, як тип економіки, продуктивні сили та форма власності. З переходом України до ринкових умов господарювання ці складові зазнали докорінних змін і стали радикальними і ґрунтовними у зміні засад функціонування й діяльності суб'єктів підприємництва на перспективу. А оскільки кожне аграрне підприємство не може здійснювати діяльність ізольовано, а в певному контакті з іншими суб'єктами господарювання, то зміни ці посилилися ще й під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. За своєю сутністю вони надзвичайно різноманітні і регулюють відносини від рівня як у площині виробництва, так і на рівні побутового і соціально-економічного життя.

Чинники, що формують відносини на внутрішньому рівні, можна впорядкувати таким чином: на побутовому рівні – соціальні, на виробництві – економічні, у суспільному житті – політичні тощо. У господарській діяльності товаровиробників і у формуванні їх економічних відносин діє також низка взаємозумовлених і взаємопов'язаних чинників, які регламентують і регулюють процес виробництва. Їх можна поділити за різними ознаками на: індивідуальні і взаємні, постійні і тимчасові, двосторонні і багатосторонні, обов'язкові і за необхідністю тощо (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Модель структури та класифікація відносин із позиції їх взаємодії на ринку сільськогосподарської продукції.

Сукупність зовнішніх суб'єктів, які мають безпосередньо вплив на діяльність аграрного сектору і які забезпечують безперервний технологічний процес, становить виробничу інфраструктуру.

Відносини між аграрними підприємствами та інфраструктурними формуються через певні угоди, і ці підприємства та служби не беруть участі у виробництві продукції і не додають її обсягів, але витрати на їх послуги підвищують собівартість продукції. Тому встановлення і регулювання виробничо-економічних взаємовідносин сільськогосподарських виробників з підприємствами-партнерами є однією з найбільш складних і багатопланових проблем, що вимагає вдосконалення відносин на рівні еквівалентного обміну і взаємоповаги.

Характер виробничо-економічних взаємовідносин аграрних виробників з підприємствами партнерського середовища значною мірою визначається тим, кому належать засоби виробництва і частка власності на одержаний результат. Сільськогосподарське підприємство аж ніяк не має важелів впливу на підприємства зазначених галузей, що зумовлює необхідність вибудовувати відносини з ними на засадах пошуку принципово нових відносин і можливості справедливого еквівалентного обміну.

Важливими у сферах економічної діяльності і функціонування сільських товаровиробників є технологічні, виробничо-економічні і соціальні відносини. Їх формують широка гама відносин, таких як відносини між працівниками, що виконують послідовно взаємопов'язані виробничі операції; між різними підрозділами підприємства щодо організації виробництва кінцевої продукції, матеріально-технічного забезпечення, внутрігосподарські відносини між членами підприємства з приводу організації праці і виробництва, створення безпечних умов і відповідної оплати праці, провадження оренди тощо.

У процесі господарської діяльності аграрних підприємств проявляються і діють відносини власності, земельні, аграрні, виробничі, економічні і соціальні. Уся сукупність відносин загалом регулюється нормативно-правовими актами країни, розпорядженнями і наказами адміністрації підприємства та основним його внутрішнім законом – Статутом.

Особливу роль у формуванні економічних відносин на мікрорівні відіграють відносини власності. Власність є мірилом незалежності засобів і результатів виробництва для будь-якого господарюючого суб'єкта. Під впливом форми власності формуються виробничі відносини, спосіб поєднання факторів виробництва і форми організації праці, управління

підприємством і їх спрямованість на найраціональніше використання ресурсів.

В умовах ринкової економіки України законодавчо визначені і стали пріоритетними дві форми власності: приватна і державна. Приватна форма власності в аграрному секторі економіки є домінуючою і виступає у формі індивідуальної, сімейної та колективної, які використовуються на рівні господарств населення, індивідуальних, фермерських, приватних, акціонерних та інших видів підприємств. Характерними є особливості прояву відносин у господарствах населення. На нашу думку, тут простежуються лише економічні відносини, які переважно регулюють взаємозв'язки між приватними виробниками і приватними споживачами. Інші види відносин, на нашу думку, не мають місця тому, що у дрібнотоварного виробника власником і підприємцем виступає одна і та ж особа.

В окремих випадках можуть проявлятися й економічні відносини, залежно від виду потреб і інтересів власника та з приводу відносин володіння, розпорядження і використання об'єктів власності та розподілу доходів. Як наслідок, економічні відносини проявляють себе в обмінних операціях і в кінцевому підсумку переводять діяльність дрібного товаровиробника у формат привласнення як засобів, так і результатів виробництва.

Досвід розвитку приватної власності в Україні і на цьому ґрунті відносин показав, що власники майнових і земельних ресурсів прямо або опосередковано стають власниками матеріальних і духовних благ, які одержані як результат використання їх власності.

Неабиякий вплив на регулювання господарської діяльності сільських товаровиробників на рівні сегмента виробництва мають чинники зовнішнього середовища. Чинники виникають під час взаємовідносин з іншими господарюючими суб'єктами, обміну продуктами, матеріально-технічним забезпеченням та інвестування. Ці чинники є характерними для розвитку відносин між господарюючими суб'єктами у горизонтальній і вертикальній площинах.

За фактом прояву системи відносин господарюючого суб'єкта на внутрішньому і зовнішньому рівнях з іншими підприємствами проявляється спорідненість дії чинників, які утруднюють окремо формування економічних і виробничих відносин. У зв'язку з цим у поглядах низки науковців простежується їх ототожнення.

На нашу думку, не доцільно ототожнювати економічні відносини з виробничими, як це, наприклад, пропонує М. Павлишенко. Він вважає, що

економічні відносини – це ті виробничі відносини, які складаються між людьми в процесі виробництва і спрямовані на досягнення найбільших результатів праці за найменших затрат праці [188, с. 12]. За його переконанням, економічні відносини є вужчим, конкретнішим поняттям, ніж просто виробничі відносини, але в широкому значенні характеризують суспільний стан продуктивних сил, зокрема з погляду економії праці.

Всесвітньо відомий теоретик К. Маркс вживав поняття „виробничі відносини” як відносини людей у процесі виробництва матеріальних благ і використовував їх у процесі дослідження суспільного виробництва й обміну. „У виробництві люди вступають у відношення не тільки до природи. Вони не можуть виробляти, не об’єднуючись певним чином для спільної діяльності і для взаємного обміну результатами своєї діяльності. Щоб виробляти, люди вступають у певні зв’язки і відносини, і тільки в рамках цих суспільних зв’язків і відносин існує їх відношення до природи, має місце виробництво” [128]. Ці відносини він також називав „суспільними”, виходячи з того, що в процесі створення матеріальних благ люди виконують це спільно.

Процес виробництва продуктів на всіх етапах розвитку людства мав колективний характер. Він був притаманним кожному з історичних етапів розвитку суспільства і діяльності людей на стадіях „скотарство – землеробство” і „сільське господарство – ремісництво”. Особливо відчутним є його прояв на етапі „промисловість – торгівля”, де відбувся суттєвий поділ праці, коли кожний виробник чи група виробників все більше залежали від інших, одержуючи від одних сировину або засоби виробництва, а іншим реалізуючи свою продукцію. Зв’язки, які існують між людьми у процесі виробництва і реалізації продукції, називаються виробничими. „Виробничі відносини – відносини між людьми, що виникають в процесі суспільного виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг” [71].

Виробничі відносини забезпечують економічне життя продукту у ході його створення і засобам виробництва протягом їх використання тощо. Виробничі відносини існують як об’єктивна реальність між людьми, самі по собі невидимі, але без них не може відбуватися виробництво. Процес розвитку і протікання виробничих відносин можна розглядати лише як результати праці колективу чи підприємства, які в умовах товарно-грошових відносин функціонують у формі товарів і є речовими носіями виробничих відносин.

Сегменти

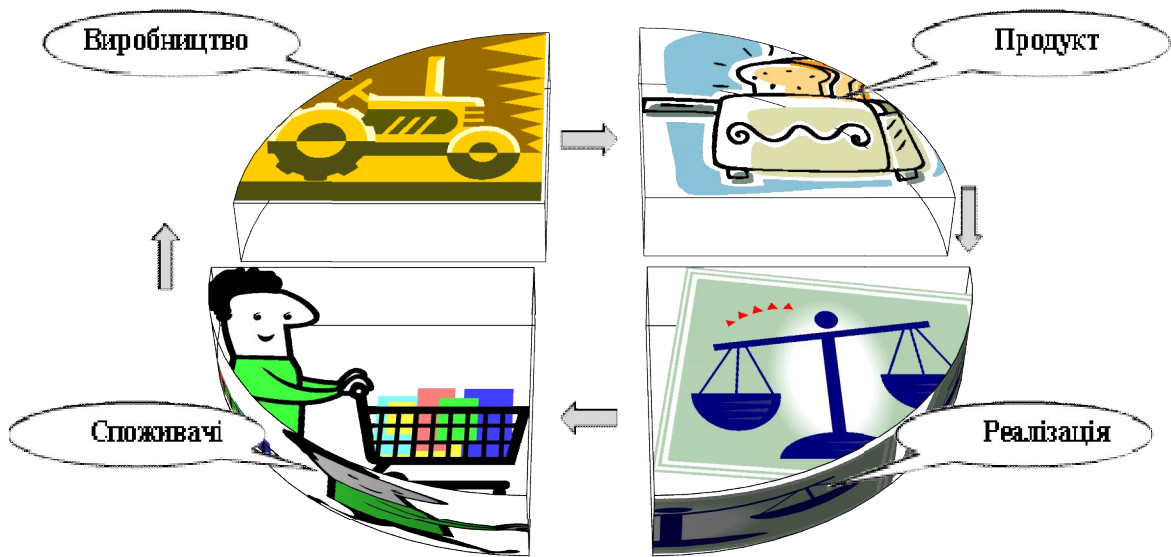


Рис. 2.2. Сегментарна структура ринку сільськогосподарської продукції.

Первинною ланкою на ринку сільськогосподарської продукції є сегмент виробництва. Сфера матеріального виробництва є підґрунтям формування виробничих зв'язків і відносин, а субстанцією виробничих відносин є людина і її праця. Вони виступають спільною основою для формування продуктивних сил, тоді як продуктивні сили, зі свого боку, є речовим підґрунтям виробничих відносин. Продуктивні сили і виробничі відносини виступають як одне ціле суспільного виробництва, відображаючи взаємодію людини з природою та взаємовідносини між людьми в усьому процесі виробництва, а їх рівень розвитку і форма функціонування віддзеркалюють стан і характер виробничих відносин.

Люди наділені важливою рисою, що виокремлює їх із загалу продуктивних сил, – здатністю до праці, яка робить їх головним елементом у формуванні виробничих відносин у будь-якому середовищі чи технологічному процесі. Структура виробничих відносин значною мірою визначається виробничими зв'язками між окремими суб'єктами, що беруть участь у виробничому циклі і у свою чергу залежать від низки чинників зовнішнього впливу. У зв'язку з цим на мікрорівні, крім виробничих, існує низка відносин, які причетні безпосередньо або супроводжують рух продукту від виробника до споживача. Ними є відносини розподілу, обміну і споживання. Але первинними і джерелом розвитку руху продукту праці аграрних виробників на ринку сільськогосподарської продукції є виробничі відносини, що формуються у сегменті виробництва (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Модель імплементації відносин у сегменті виробництва ринку сільськогосподарської продукції.

Процес продукування сільськогосподарської продукції здійснюється лише в сегменті виробництва. Тут відбувається взаємодія людей з елементами природи завдяки застосуванню засобів і предметів праці, у результаті чого одержують продукцію. Щоб виробити певний продукт, працівники виконують різні процеси, роботи і операції, що послідовно ідуть одні за одними і спонукають людей вступати у різні відносини для забезпечення безперервності виконання технологічного процесу.

На нашу думку, виробничі відносини проявляються саме у сегменті виробництва найбільше на мікрорівні і лише в процесі виробничої діяльності людей. Тоді як економічні відносини проявляють дію і на макрорівні. Діяльність людей у такому випадку слід розглядати не лише з погляду прийомів і способів їх дій в процесі виробництва, а з позиції найефективнішого використання всіх факторів виробництва.

Цим підкреслюється те, що людина у своїй виробничій діяльності повинна виходити не лише з вимог задовольнити свої потреби, а з можливостей використання наявних факторів виробництва. Отже, працівник, керівник чи колектив повинні обрати таку структуру виробництва, яка б дала змогу розвивати виробничі відносини, спрямовані

на мінімізацію затрат праці і ресурсів, виробництво максимальної кількості продукції, яка б задовольнила рівень потреб суспільства.

Таким чином, діяльність виробників має спрямовуватися на вибір найоптимальнішого варіанта виробництва, що забезпечило б високу економічну діяльність підприємства, яке було б здатним будувати міцні економічні відносини з працівниками, суміжними виробниками, постачальниками, споживачами та іншими господарюючими суб'єктами.

Особливість аграрного підприємства, як і системи, полягає в тому, що це – відкрита система, яка може існувати за умови активної взаємодії з довкіллям. Підприємство повинно будувати виробничі і економічні відносини так, щоб залучити із проміжного та загального зовнішнього середовища основні чинники виробництва і, перетворюючи їх на продукцію, знову передати їх у зовнішнє середовище. Умовою життєдіяльності аграрного підприємства як системи є корисний обмін між входом ресурсів і виходом результату. Перед кожним із аграрних підприємств постає завдання виробництва і реалізації визначеної кількості певного виду продукції високої якості. Використовуючи потрібні ресурси, підприємство має зважати, що вони обмежені, а тому продукція має бути дешевою і ресурсоекономічною.

Сільське господарство, з його численними аграрними підприємствами усіх форм власності, можна вважати сферою, на яку мають вплив чинники зовнішнього середовища. До зовнішнього середовища слід зарахувати галузі національної економіки, що забезпечують аграрні підприємства засобами виробництва, ресурсами та послугами. Найважливішими з них є галузі промисловості, які, постачаючи засоби виробництва, створюють базу для індустріалізації аграрного сектору економіки. Сюди належать підприємства тракторного і сільськогосподарського машинобудування, машинобудування для тваринництва і кормовиробництва, елеваторно-складського господарства, виробництва мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин і тварин тощо. Економічні відносини сільськогосподарських товаровиробників з підприємствами промисловості, що постачають їм засоби виробництва, мають будуватися не з позиції „купуємо те, що нам пропонують”, а з позиції потреби виробництва таких засобів, які б відповідали агротехнічним вимогам сільськогосподарського виробництва, були якісними, надійними в експлуатації та простими у використанні, здатними задовольнити вимоги технології виробництва аграрної продукції й придбані за прийнятною ціною відповідно до рівня еквівалентного обміну. Це зумовлено тим, що цінові механізми на технічні засоби і

сільськогосподарську продукцію нині є досить не врегульованими, а співвідношення між цінами на промислову та продукцію аграріїв не відповідають ні внутрішнім вимогам, ні вимогам відтворювального процесу, ні світовим стандартам.

На рівні з економічними відносинами низка вчених в аграрному секторі економіки виокремлює аграрні відносини. Підставою для їх виділення в економічній системі є те, що у сільському господарстві виробничим відносинам притаманні особливості якісного, принципового характеру, які дозволяють виділити їх в окрему сферу.

„Аграрні відносини – це відносини і земельні, і рентні, і відносини в АПК у тій частині, що стосується безпосередньо сільськогосподарського виробництва... Аграрні відносини охоплюють також особливості з'єднання працівника на землі із землею, як засобом виробництва, умови кооперації сільськогосподарської праці, господарські форми, завдяки яким реалізуються і земельні, і рентні та інші відносини” [286, с. 5].

Аграрні відносини – це складова частина економічних відносин, які виникають у сільському господарстві з приводу володіння і використання землі як головного засобу сільськогосподарського виробництва, а також виробництва, розподілу, обміну і споживання сільськогосподарської продукції [73, с. 297]. До того ж найважливішою особливістю аграрних відносин є те, що в сільському господарстві основним засобом виробництва виступає земля, яка є одночасно предметом праці і засобом виробництва. Як процес виробництва, так і технологічні операції повинні відбуватися під особливим протіканням виробничих відносин, оскільки тут тісно переплітаються праця, використання засобів виробництва у тісному взаємозв'язку з природними процесами для створення споживчої вартості.

Аграрні відносини – особливий вид економічних відносин у суспільстві між його членами, господарствами, державою з приводу привласнення різних об'єктів власності, а також землеволодіння, землекористування, реалізації сільськогосподарської продукції та розподілу доходів господарств [71]. Характер прояву аграрних відносин значною мірою визначається суперечностями в аграрному секторі з приводу власності на засоби виробництва та розвитку продуктивних сил, а тому виокремлювати їх із системи економічних відносин надаючи їм якогось важливого статусу, на нашу думку, не має сенсу.

Виробничі відносини, що виникають і проявляють себе на рівні сегмента виробництва, поступово трансформуються і в сегменті продукту диверсифікуються. Безпосередньо у сегменті продукту існує широка гама відносин, наприклад відносини, зумовлені технічним поділом праці між

різними спеціальностями, відносини між різними підрозділами підприємства, між працівниками, що виконують послідовно взаємопов'язані виробничі операції тощо.

У зв'язку з цим формується широка гама відносин між окремими підрозділами підприємства, між працівниками і між підприємствами зовнішнього середовища. В основному ці відносини є технічного характеру. Аналогічними можуть бути також внутрішньогосподарські відносини між підрозділами аграрного підприємства з приводу організації виробництва кінцевої продукції, матеріально-технічного забезпечення, оренди засобів виробництва тощо; внутрішньогосподарські відносини між працівниками аграрного підприємства з приводу організації праці і виробництва, створення безпечних умов і відповідної оплати праці, впровадження оренди та надання соціальних послуг [33, с. 65]. Це зумовлено тим, що матеріально-технічна база аграрних підприємств містить велику кількість найменувань і марок її елементів, що потребує досконалої форми організації праці. Для обслуговування такої різноманітності потрібна спеціалізована, потужна база постачання, ремонту та сервісу, що зумовлює перегляд відносин із заново-створеними структурами, що виконують такі функції (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Модель імплементації відносин у сегменті продукту ринку сільськогосподарської продукції.

Можна спостерігати систему технічних відносин і між окремими групами працівників, що виконують вужче коло обов'язків. Велике значення при цьому має ступінь раціональності організації трудових відносин у технологічному процесі, побудованих на загальних принципах пропорційності, ритмічності, синхронності і безперервності.

Наприклад, на посіві зернових чи садінні картоплі одна група людей забезпечує підготовку посівного чи садивного матеріалу, друга – завантаження транспортних засобів і доставку у поле необхідних матеріалів, третя група займається безпосередньо посівом чи посадкою. Розподіл функцій між окремими працівниками, за умови дотримання ритмічності і безперервності процесу, дає змогу повною мірою використати знання й досвід та звузити відносини між людьми безпосередньо в рамках однієї операції. Але ці відносини повинні бути організовані дуже чітко, з тим щоб технологічний процес відбувався безперебійно і з найменшими втратами робочого часу [33, с. 56]. Для цього необхідно налагодити виконання технологічного процесу і використання техніки між окремими групами у формі співробітництва.

Зміст технічних відносин у сільськогосподарському виробництві проявляється у двох площинах: ставленні працівників до технічних засобів як „партнерів виробництва” та взаємодії працівників із технічними засобами у процесі їх використання. Працівники повинні дбайливо ставитися до тракторів, сільськогосподарських машин і механізмів, обладнання та інших технічних засобів, своєчасно та якісно проводити технічний догляд і ремонт, виконувати щоденний огляд та усувати дріб'язкові несправності. Система догляду передбачає перелік робіт з технічного обслуговування і їх здійснення в примусовому порядку з метою профілактики та попередження аварійних спрацювань і поломок й порушення регулювання робочих органів, що негативно може позначитися на якості роботи.

У процесі експлуатації засобів праці працівники зобов'язані дотримуватися раціонального завантаження силових машин, не перевантажуючи їх, і водночас мають досягти продуктивності агрегату відповідно до його техніко-економічних параметрів. З іншого боку, повинні бути забезпечені умови роботи машин згідно з технічними вимогами. Це відповідність пального стандартам, забезпечення відповідних умов роботи системи змащення і охолодження агрегатів, які сприяють найбільш економічному способу підтримання техніки в нормальному технічному стані протягом усього періоду служби.

Технічні відносини є предметом дослідження інженерно-технічних наук. З цього приводу М. Павлишенко зазначає, що ці відносини не слід

зараховувати до складу продуктивних сил, оскільки це означало б ототожнення виробничих відносин з їх субстанцією. Тому технічні відносини не є предметом вивчення економічних наук, які вивчають способи, за допомогою яких люди, використовуючи засоби виробництва, пристосовують предмети праці для того, щоб виробляти продукцію для задоволення своїх потреб [189, с. 6].

Водночас технічні відносини перебувають у тісному взаємозв'язку з економічними відносинами, що вивчаються економічними науками, і критерієм обґрунтування економічності способу виробництва чи вигідного варіанта застосування комплексу машин є максимальна економія затрат живої та уречевленої праці на виробництво одиниці того чи іншого виду продукції, а тому мотив їх розгляду очевидний.

Формування відносин аграрних виробників у процесі виробництва базується, в основному, на технології. Технологія – це сукупність методів, прийомів, режимів роботи та послідовність операцій і процедур впливу знарядь праці на різноманітні властивості предметів праці, у результаті якого відбувається активна взаємодія людини з природою. Домінування технологічного способу виробництва супроводжується єдністю продуктивних сил і техніко-економічних відносин, у межах якого відбувається техніко-економічне поєднання працівників із засобами виробництва [71].

А тому, з метою дотримання послідовності виконання робіт та прогнозування і встановлення черговості виконання окремих операцій технологічного процесу розробляються технологічні карти, в яких розраховані обсяги робіт, засоби виробництва і робоча сила, необхідна для їхнього виконання, а також розмір матеріальних витрат.

Технологічні карти прогнозують виконання кожної операції в суворо визначений для неї час в єдиному виробничому темпі певною базовою машиною і визначають всю гаму відносин, що дозволяє раціонально використовувати усі інші допоміжні засоби. Регламентовані технологічними картами техніко-економічні відносини дають змогу встановити тісний взаємозв'язок між дотриманням технологічних вимог у контексті раціонального використання засобів і робочої сили у процесі виробництва сільськогосподарської продукції.

Таким чином, використання технологічних карт дає можливість поєднати взаємодію людини з природою через засоби виробництва, сформувати зв'язки виконавців окремих технологічних операцій, встановити техніко-технологічні відносини між людьми і технічними

засобами та виявити техніко-економічні відносини у процесі витрат матеріально-грошових ресурсів.

На проходження виробничих процесів безпосередньо впливають організація виробництва і рівень забезпеченості технічними засобами. До того ж виробничі відносини розвиваються на такому рівні, який забезпечує досвід і кваліфікація інженерно-технічного персоналу та керівництво підприємства. Значною мірою на рівень формування виробничих відносин впливає форма власності на засоби виробництва і рівень задоволення інтересів працюючих, система мотивації і стимулів виконання робіт. З іншого боку, позитивний розвиток виробничих відносин визначається забезпеченістю виробництва матеріальними ресурсами та відношенням і ставленням працюючих до виконання своїх технологічних і професійних обов'язків.

У технологічних картах розраховуються комплекси машин, предмети праці, матеріальні ресурси, встановлюються терміни виконання робіт у технологічній послідовності від передпосівного обробітку ґрунту до завершального етапу – збирання урожаю. У документі чітко встановлюється і розраховується на кожну операцію склад агрегату, норма виробітку, витрати пального, матеріально-грошові витрати та затрати праці й терміни виконання операції технологічного процесу.

Кожна операція супроводжується низкою технічних відносин виконавця із засобами виробництва. Наприклад, у процесі оранки має бути забезпечена певна її глибина, рівномірність і подрібненість скиби, прилягання стикових гребенів, прямолінійність борозен, якісне приорювання органічних добрив, мінімальна кількість розгінних борозен, добре розорювання поворотних смуг тощо. У зв'язку з цим перед початком оранки між механізатором і агрегатом проявляються технічні відносини, в ході яких він проводить підготовку та регулювання відповідності взаємодії навіски і плуга на відповідний режим роботи і глибину оранки.

За дотриманням добротності процесу оранки стежить її виконавець. Проте дотримання якості виконуваних робіт, як правило, контролює агротехнічна служба підприємства. Перевіряють глибину оранки та якість загортання рослинних решток, рівень гребенності та пухкості ґрунту тощо. У ході такого контролю проявляються техніко-технологічні відносини між адміністрацією і виконавцем певної роботи. Подібні техніко-технологічні відносини відбуваються і на кожній окремій подальшій операції технологічного процесу виробництва певного виду продукції.

Аналогічні техніко-технологічні та техніко-економічні відносини притаманні виробництву всіх видів продукції, але вже з проявом певної

специфіки відповідно до використовуваних типів і видів машин та їх призначення, що відповідає технології виробництва.

Нині під час вирощування сільськогосподарських культур можуть використовуватися типові, прогресивні, ресурсощадні або інтенсивні технології. Виробники мають змогу на свій розсуд обрати ту технологію, яка за розрахунками матеріально-грошових витрат є прийнятною, а за ефективністю – найвигіднішою. Така засторога зумовлена тим, що бувають тенденції до зростання одного показника і водночас зниження іншого, що призводить до розбалансування технічних відносин.

Зазначені випадки спостерігаються з низки причин. Ними можуть бути недостатньо відпрацьована взаємоузгодженість машин у комплексах і, зокрема, невідповідність ширини захвату висівної машини і машини з міжрядного обробітку ґрунту або машин із збиранні врожаю. Як правило, неузгодженість комплектності системи машин першого порядку, що використовуються на посіві культур, викликають зниження експлуатаційно-технологічної надійності машин другого порядку, які використовуються на догляді посівів та збирання урожаю. У результаті спостерігається зниження економічних показників, зокрема продуктивності використовуваних машин, і відповідно, зростання матеріально-грошових витрат, що відчутно позначається на ефективності господарської діяльності виробників. Використання машин обмеженої універсалізації та одноопераційності може призвести до порушення техніко-економічних відносин.

Нині не може бути виправданою наявність у сільськогосподарських товаровиробників окремих сівалок для посіву зернових, кукурудзи, овочів, технічних чи інших культур, що зумовлено нетривалим періодом використання їх протягом року. Наприклад, зернова сівалка використовується лише 18-20 днів протягом року, а це спричинює високі затрати коштів на її зберігання. До того ж ціновий механізм на технічні засоби та сільськогосподарську продукцію є нееквівалентним і співвідношення між цінами на засоби, сировину та матеріали промислового походження та сільськогосподарську продукцію є далеко не адекватним, що не забезпечує відтворювальний процес у сільськогосподарському виробництві. А отже, формування економічних відносин між сільськогосподарськими виробниками і виробниками засобів виробництва промислового походження має ґрунтуватися на засадах одержання рівновеликого прибутку відповідно до вкладених інвестицій.

Завершальним етапом діяльності виробників у сегменті продукту є трансформування їхніх дій у сегмент реалізації, але в іншій якості. Від обсягів одержаних прибутків у ході реалізації сільськогосподарської

продукції значною мірою залежать відтворювальні процеси аграрних товаровиробників, а тому цьому процесу повинна приділятися особлива увага. Ця увага характеризується вибором каналів реалізації та формуванням економічних відносин на стадії обміну між виробниками і споживачами (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Модель імплементації відносин у сегменті реалізації ринку сільськогосподарської продукції.

Обмін характеризує завершальний етап суспільного виробництва. На стадії обміну відбувається реалізація продукції. Відносини між людьми у сфері обміну виникають у процесі купівлі-продажу товарів та послуг підприємствами, державою, торговельними організаціями, населенням тощо [71].

В аграрному секторі економіки реалізація на ринку сільськогосподарської продукції надає підприємствам комерційних рис. На

рівні аграрного підприємства обміну передую розподіл продукції. Він передбачає форми і методи реалізації та зберігання і транспортування товару до споживача. Доставляючи продукт виробництва до споживача, обмін завершує процес виробництва, водночас він лише продовжує процес, що починається з виробництва і визначається ним [71].

Реалізація результатів діяльності аграрних товаровиробників на ринку сільськогосподарської продукції здійснює свій безпосередній позитивний вплив на задоволення потреб споживача лише за допомогою своєчасного постачання продукту до визначеного місця обміну.

З розвитком ринкової економіки в Україні змінився й формат обмінних зв'язків між виробниками і споживачами. На зміну планово-економічному розподілу виробленої сільськогосподарської продукції прийшов вільний обмін між виробниками і споживачами через процес купівлі-продажу. У цих умовах кожен виробник будує свою співпрацю зі споживачами сільськогосподарської продукції на засадах комерційних відносин з орієнтацією на одержання максимального прибутку, з урахуванням потреб і запитів споживачів. За таких умов обсяги прибутку можуть бути збільшені як за рахунок резервів виробників, так і за рахунок покупців. Неабияку роль у збільшенні прибутку виробника відіграє вигідний канал товароруку.

Канали реалізації – це шлях продукції від виробника до споживача, що забезпечується різними учасниками, або це сукупність юридичних і фізичних осіб, які є посередниками збуту, беруть на себе або передають іншому право власності на той чи інший продукт [67, с. 275]. Усе це забезпечується системою організаційних, технологічних, техніко-економічних, комерційних та інших відносин із використанням різних способів, де відбувається процес відчуження продукції від виробника і привласнення споживачем.

Залежно від переміщення товару канали можуть бути прямими і непрямими. Прямі – це без участі посередника, продукція від виробника до споживача на торговому ринку або через власну торговельну мережу виробника надходить до споживача. За цих умов вибудовуються прозорі, добросовісні відносини, взаєморозуміння. Вони є вигідними в тому, що комерційні та економічні відносини вибудовуються безпосередньо між виробником і споживачем, за яких з'являється можливість мінімізувати кількість суб'єктів, причетних до реалізації продукції, за рахунок чого зменшуються транзакційні витрати, та можливість узгодити і встановити прийнятну для обох сторін ціну.

Проведене соціологічне опитування керівників сільськогосподарських підприємств засвідчило, що 51,7 % респондентів вважають реалізацію продукції безпосередньо кінцевому споживачу на торговому ринку є найвигіднішою. Будувати такі відносини на торговому ринку є доступним для будь-якого виробника. Реалізація продукції безпосередньо споживачу також можлива і доступна за умов наявності власної торговельної мережі.

Непрямі канали реалізації – коли між виробником і споживачем веде діяльність третя особа. Це можуть бути закупівельно-заготівельні організації, фірми, біржі, переробні підприємства, найчастіше – фізичні та юридичні посередники. Реалізація продукції за непрямими каналами характеризується необлаштованістю місць та недосконалістю проведення торговельних операцій, реальної поінформованості про стан ринку, попит, пропозицію, кон'юнктуру, ціну на продукцію та відсутністю конкуренції як з боку виробників, так і споживачів.

Особливу незручність непрозорими відносинами та певну економічну загрозу виробникам на ринку сільськогосподарської продукції становлять фізичні посередники у процесі купівлі-продажу продукції. Вони можуть пропонувати високу ціну, створювати атмосферу привабливості обіцянками, а в кінцевому результаті, заволодівши продукцією виробника, а часом не виплативши коштів за домовленістю, ошукати його. Такі відносини, з позиції виробника, аж ніяк не можна вважати комерційними. До того ж чимало посередників скуповують у виробника сільськогосподарську продукцію за нижчою ціною, користуючись тим, що такий спосіб реалізації економить його час, який вкрай необхідний для виконання важливих робіт осіннього циклу.

На шляху руху продукції від виробника до споживача посередники, залежно від виду і корисності продукції, можуть змінюватися кілька разів, встановлюючи цінові надбавки, чим здорожують її. Особливо ці дії є відчутними під час реалізації м'яса на торговому ринку, де ціна його реалізації є у 1,5 - 2 рази вищою, ніж закупівельна. Торговельні відносини, що вибудовуються між комерційними посередниками і виробниками, є не на користь ні виробнику, ні кінцевому споживачу. Різниця між закупівельною ціною і реалізаційною є джерелом доходу лише комерційних посередників. Однак такі комерційні відносини „влаштовують” виробників тим, що, на відміну від офіційно зареєстрованої заготівельної організації, комерційний посередник одразу і готівкою виплачує кошти. Для споживача питання, кому належатиме додатковий дохід, одержаний від реалізації продукції на ринку за ринковою ціною, не є вагомим.

Загалом, посередники здійснюють великий тиск на учасників ринку сільськогосподарської продукції, користуючись відсутністю механізму протистояння їм. Їх дії спрямовані на фальшування пропозиції і, в такий спосіб, зростання ажіотажу й сурогатного попиту на окремі види продукції. У науковій літературі відсутні дані з приводу того, які економічні втрати несуть виробники від примусових штучних коливань цін на сільськогосподарську продукцію до того часу, поки вона потрапить до споживача, пройшовши, з точки зору справедливості, необґрунтований шлях, вибудований посередниками. Проблема ускладнюється ще й тим, що одночасно з великими економічними втратами, які несуть виробники, проявляється значний негативний вплив на соціально-психологічну ситуацію на селі.

Соціологічні дослідження серед керівників сільськогосподарських підприємств на предмет того, що їх приваблює під час вибору каналу реалізації, показали, що 54 % опитаних надали перевагу каналу, який звільняє їх від додаткових проблем, пов'язаних із реалізацією продукції.

Є випадки неадекватності розвитку відносин між посередниками і виробниками готової сільськогосподарської продукції на торговому ринку. Проявляється характер примусу з боку посередників щодо здачі їм продукції товаровиробниками перед в'їздом на торговий ринок. Вони змушують виробників продати продукцію за визначеною ними ціною і перепродують товар споживачам за монополю встановленою ними ж ціною на ринку, яка є у два рази вищою. Від цієї операції посередники одержують зиск, який значно перевищує дохід сільських товаровиробників.

Особливо недоброзичливо вчиняють посередники в період збирання врожаю. Висока потреба виробників в обігових коштах для проведення осінніх польових робіт змушує їх реалізувати продукцію будь-кому, хто проявить попит. За таких умов встановлюються низькі ціни і виробники стають ошуканими. Таку думку висловили 80,5 % респондентів з числа опитаних керівників сільськогосподарських підприємств.

Подібні економічно-комерційні відносини намагаються будувати зі сільськогосподарськими товаровиробниками й переробні підприємства. Користуючись відсутністю участі держави у формуванні ефективної цінової політики, переробні підприємства проявляють монополізм і диктують свої умови товаровиробникам сільськогосподарської продукції.

Рішення щодо вибору каналу реалізації супроводжується ризиком виробника. Економічно-комерційні відносини між ним і споживачем, що мали б забезпечити спрямований рух на ринку сільськогосподарської продукції, який, за переконанням виробника, є найбільш раціональний та

найбільш вигідний у конкретний час, не завжди є правдивими. Економічно-комерційні відносини є справедливими лише за умов узгодженої ціни, за якої виробник забезпечить собі повернення понесених матеріально-грошових затрат і одержить оптимальний дохід, що забезпечить відтворювальний процес, а споживач – придбає необхідну продукцію за найвигіднішою ціною.

Кінцеві результати аграрних підприємств залежать не лише від рівня розвитку відносин безпосередньо у сільському господарстві, а й від зв'язків із галузями, які його обслуговують. Кожне аграрне підприємство потребує забезпечення його необхідними матеріально-технічними ресурсами і сировиною. Зосередивши зусилля лише на основній виробничій діяльності, виробникам не доцільно займатися невласивими їм функціями і об'єктивно виникає необхідність скористатися послугами і працею інших підприємств.

У сегментах „виробництва”, „продукту” і „реалізації” відбуваються переважно економічні відносини сільських товаровиробників із постачальницько-закупівельними підприємствами, організаціями та безпосередньо з іншими підприємствами-виробниками. Вони постачають підприємствам аграрного сектору економіки сільськогосподарські машини, трактори, комбайни, обладнання, мінеральні добрива, засоби захисту рослин, тварин, корми та інші сировинні ресурси.

Виробники сільськогосподарської продукції користуються послугами підприємств і організацій з виконання окремих технологічних операцій, ремонту техніки, переробки і збуту продукції, її зберігання, одержання саджанців та насінневого матеріалу, племінних тварин, отримання кредиту, надання інформації, наукового забезпечення і супроводу впровадження інноваційних та інвестиційних проектів, бізнес-планів тощо. Усі відносини, які розвиваються на цьому рівні, мають як техніко-технологічний, так і техніко-економічний характер і є міцним підґрунтям для забезпечення підвищення ефективності господарської діяльності сільських товаровиробників, з одного боку, а з іншого – вони стимулюють розвиток відносин, що провокують існування цілісної системи зв'язків.

Наприклад, вироблені машинобудівним підприємством сільськогосподарські машини є товарами промислового походження і необхідними засобами виробництва для сільськогосподарських підприємств. Через відносини розподілу-обміну вони опиняться у сільських товаровиробників і будуть використані ними в процесі виробництва сільськогосподарської продукції. У свою чергу сільськогосподарська продукція, на основі комерційних відносин, буде використана переробними

підприємствами, із неї вироблять продукт, готовий безпосередньо для споживання. Товарорух у суспільстві відбувається не стихійно, а за об'єктивними економічними законами ринкової економіки, де основними чинниками виступають потреби та інтереси суспільства. У процесі зазначеного руху простежується система взаємозв'язків, взаємозумовленостей, підґрунтям чого виступають економічні відносини, які навіть в умовах ринкової економіки потребують необхідності і доцільності регулювання з боку держави. У сфері споживання також формуються відносини між виробниками нематеріальних послуг та їх споживачами при наданні послуг компаніями в процесі використання товарів тривалого користування [71].

Уся різноманітність зв'язків і відносин, що відбуваються у сфері матеріального і нематеріального виробництва за участю сільських товаровиробників, має об'єктивний характер. Вони виникають на мікро- і макроекономічному рівнях, розвиваються під дією різнопланових чинників і потреб, які є характерними для функціонування багатьох видів окремих ринків, і заслуговують на всебічну увагу і дослідження. Однак у даній роботі не ставилося завдання їх розгляду, а тому вони не є предметом дискусії.

На ринку сільськогосподарської продукції, у сегменті „споживача”, існує взаємодія сільських товаровиробників на торговому ринку, ярмарку, лотках, у магазинах тощо з покупцями-споживачами, де домінує роздрібний торговець. Під роздрібним торговцем розуміють юридичну або фізичну особу, що є завершальною ланкою різноманітних каналів товаропросування від виробників до споживачів, діє на споживчому ринку і спеціалізується на продажу товарів та послуг, призначених для особистого кінцевого використання й споживання [12, с. 286].

Споживач – фізична або юридична особа, яка споживає виготовлені іншими суб'єктами товари, а також продукти і послуги власного виробництва [71]. До споживачів сільськогосподарської продукції також належать підприємства з її переробки, заготівельно-збутові організації, мережа торговельних підприємств, підприємства громадського харчування, комерційні посередники і безпосередньо споживачі продукції у натуральному вигляді (рис. 2.6).

Зазвичай на торгові ринки, ярмарки, лотки, магазини тощо спрямовується сільськими товаровиробниками близько 40 % виробленої ними продукції у натуральному вигляді, з якої близько 25 % вони реалізують самостійно. Відбувається безпосередній продаж товару і передача його від виробника-продавця покупцю з рук у руки. Таким чином,

відбувається безпосередній контакт і прояв прямих комерційних відносин, які забезпечують задоволення потреб споживачів за найнижчими цінами.



Рис. 2.6. Модель імплементації відносин у сегменті споживача ринку сільськогосподарської продукції.

У процесі намірів задоволення попиту, за прямого розвитку торговельних відносин, сільськогосподарський виробник на торговому ринку має безпосередні бізнесові відносини з індивідуальним споживачем.

Вимоги індивідуального споживача трансформуються у комерційні відносини, у ході яких продавець повинен запропонувати покупцю конкретний асортимент товару, здійснити подрібнення партії на вимогу, забезпечити сервісне обслуговування. У цих відносинах покупець демонструє індивідуальний попит, який визначається і характеризується низкою суб'єктивних чинників, основними з яких є: смакові уподобання, видові характеристики, якість, визначена кількість та ціна.

На ринку, як правило, діє ринкова ціна, яка підпорядкована дії законів попиту, пропозиції та вартості. Проте комерційні відносини з формування рівня цін окремими товаровиробниками і покупцями встановлюються на

основі цінності товару, яка сприймається споживачами. Цей процес є обопільним, узгодженим, і комерційні відносини базуються на споживацьких запитах з боку виробника, де враховуються його витрати та прибуток, а цінність товару розглядається споживачами як сукупність цінності задоволення потреб і цінності акту купівлі-продажу. Цінність задоволення потреб – це зіставлення вигод і втрат споживача за фактом купівлі-продажу, а цінність акту купівлі-продажу утворюється як різниця між ринковою ціною і ціною придбання (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Теоретичне вираження емпіричного пізнання соціально-економічних відносин між сегментами ринку сільськогосподарської продукції.

Еволюція комерційних відносин на ринку сільськогосподарської продукції значною мірою визначається зміною та диверсифікацією взаємозв'язків між основними елементами ринкового механізму, такими як

попит, пропозиція, ціна і конкуренція. Попит – це бажання, намагання і прагнення споживачів заволодіти товаром і задовольнити потребу. Він має важливе значення у формуванні торговельних відносин на рівні сегменту „споживач”. Попит – це представлена на ринку потреба в товарах і послугах [71].

Попит як економічна категорія перебуває в діалектичній взаємодії з економічною категорією „пропозиція”. Пропозиція – це обсяг товарів та послуг, які виробники хочуть і можуть поставити на ринок за різною ціною за певний проміжок часу [73, с. 214].

На ринку сільськогосподарської продукції залежно від коливання ціни може складатися ситуація, коли взаємозумовленість попиту і пропозиції переростає у їх протистояння, в умовах якого виграють споживачі або виробники. Комерційні відносини на ринку формуються з позиції споживача – зниження ціни і вигода, а виробника – утримання від реалізації продукції. За таких умов проявляються і посилюються відносини конкуренції як серед виробників, так і серед споживачів, яка за своєю природою виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробників активно впроваджувати у виробництво досягнення науково-технічного прогресу, удосконалювати технології та організацію праці.

Специфіка сільськогосподарського виробництва, яка зумовлена його сезонним характером, тривалістю оперативного циклу й залежністю від природно-кліматичних умов, та відкритість аграрних ринків для надходження товарів іноземного виробництва зумовлюють необхідність втручання держави в торговельні відносини. Важливим та головним недоліком є законодавча незабезпеченість договірних відносин між виробниками сільськогосподарської продукції та споживачами, а тому і виникає спектр небажаних побічних відносин, що ускладнюють рух продукту на ринку сільськогосподарської продукції. Держава ж у даній ситуації, як у жодній іншій галузі, намагається здійснювати регулювання відносин за допомогою цін.

Отже, необхідність різних форм відносин на ринку сільськогосподарської продукції зумовлена участю великої кількості об'єктів – учасників ринку, дотичних до процесів виробництва, руху та реалізації продукції, які на кожному окремому етапі її супроводжують на правах власників або стають ними. Тому лише налагодження досконалих відносин і відповідної узгодженості між сільськогосподарськими товаровиробниками, заготівельниками, посередниками та споживачами може забезпечити найбільш ефективне задоволення інтересів кожного з учасників.

2.2. **Економічна природа та регульовальні прояви елементів ринкового механізму**

Фундаментально-утворювальними та основними елементами ринкового механізму, що формують відносини на ринку сільськогосподарської продукції, є попит і пропозиція. На основі взаємодії попиту, представниками якого є споживачі, та пропозиції, яку забезпечують виробники, формується ціна, яка здійснює безпосередній вплив на обмінні процеси. Чимало чинників, що впливають на ціну за наявності досконалої конкуренції, діють на неї лише через попит і пропозицію. Водночас на ринку проявляється і зворотний вплив. Високі ціни спричиняють надлишок пропозиції, тоді як низькі створюють зайвий попит. У будь-якому разі первинним у цьому тандемі виступає попит як причина, а пропозиція – як наслідок.

Причина походить від латинського „*causa*” і є філософською категорією, яка означає необхідний зв'язок явищ, із яких одне зумовлює, породжує інше [287, с. 289]. Автори радянського енциклопедичного словника причиною вважають „...зв'язок між окремими станами видів і форм матерії у процесах їх руху і розвитку” [269, с. 1074]. Тоді як в економічній енциклопедії причиною вважають категорію діалектики, яка відображає одну із форм загального сутнісного зв'язку і взаємодії між економічними явищами та процесами, що існують в окремих або декількох економічних системах [71]. Для більш конкретного розуміння поняття „причина”, що породжує взаємозв'язок економічних категорій попиту і пропозиції, необхідно ізолювати ті або інші сторони єдиного об'єктивного процесу. „Щоб зрозуміти окремі явища, ми повинні вирвати їх із загального зв'язку і розглядати їх ізольовано, а в такому випадку мінливі рухи виступають перед нами – одне як причина, а друге – як дія” [128].

В економічній літературі побутує думка, що у системі взаємозв'язку на ринку попит виступає активним елементом, а пропозиція – пасивним. Співзвучна взаємозалежність, на наш погляд, можлива лише за наявності відповідних умов, що зумовлюються появою причини, особливо в якості потреби. В іншій ситуації, розглядаючи причинно-наслідковий зв'язок, не слід ігнорувати і зворотний вплив результату на причину. А тому сприймати на ринку сільськогосподарської продукції наслідок (пропозицію) саме як пасивну складову є не зовсім коректним.

Реально попит формується як наслідок причини – людська потреба. „Потреба – це внутрішні мотиви функціонування і розвитку суспільного

виробництва, за допомогою яких забезпечується взаємозв'язок виробництва і споживання в рамках історично визначеної сукупності соціально-економічних відносин” [312]. „Потреба – це нужда в чому-небудь, об'єктивно-необхідному для підтримки життєдіяльності і розвитку людини, колективу, нації, суспільства в цілому; внутрішній збудник активності” [73, с. 48].

З приводу потреб суб'єкта автори економічної енциклопедії вважають „...ідеальний внутрішній мотив людини, що спонукає її до економічної діяльності з метою забезпечення власного добробуту і добробуту членів сім'ї. На поверхні потреб постає відчуття індивіда у нестачі чогось” [71]. Усвідомлення потреб спонукає людей до їх задоволення, внаслідок чого виникають мотиви, які спричинюють дії зацікавлених у досягненні мети. Ці властивості є притаманними і тісно пов'язані з процесами виробництва, обміну, розподілу і споживання. Саме необхідність задоволення людських потреб спонукає до виробництва життєво необхідних благ, на які виникає й попит. З іншого боку, суспільство стимулює появу потреб за допомогою вироблення продукту і представлення у формі пропозиції. У цьому ланцюгу потреби трансформуються в інтереси, які реалізуються через конкретно поставлену мету і визначені завдання для її реалізації.

Коли об'єкт ставить собі мету – обов'язково задовольнити інтерес, то мотив слугує імпульсом до його дій. Механізмом дії виступає цілеспрямована діяльність людей, де відбувається ціла низка насамперед економічних відносин, а безпосереднім їх рушійним чинником виступають економічні інтереси [81, с. 34].

Інтерес походить від латинського „*interest*” і означає – має значення, важливо. Це „реальна причина соціальних дій, що лежить в основі безпосередніх спонукань – мотивів, ідей” [269]. „Інтерес – форма вияву потреби, усвідомлення прагнення людини до задоволення її” [73, с. 55].

Переважає більшість дослідників-економістів інтереси людей розглядають у форматі економічних інтересів. Наприклад, автори економічної енциклопедії вважають, що економічні інтереси – це „усвідомлені економічні потреби окремих людей, колективів, соціальних верств і класів, об'єктивні спонукані мотиви їх економічної діяльності, зумовлені розвитком їх потреб, місцем у системі суспільного поділу праці, еволюцією відносин, економічної власності та управління нею” [71]. Натомість, в економічній енциклопедії „Політична економія” інтереси економічні подаються, як „прояв виробничих відносин у вигляді об'єктивної спрямованості господарської діяльності людей, в якій відображається їх місце в системі суспільного виробництва” [312]. Автори цього словника

сутність інтересів як економічної категорії сприймають як „вираження об’єктивної необхідності активної позиції агентів виробничих відносин у процесі господарської діяльності” [269].

Позиція авторів економічної енциклопедії „Політична економія” певною мірою збігається з розумінням поняття „інтереси” вченими-економістами К. Марксом і Ф. Енгельсом, які вважали, що „економічні відносини кожного даного суспільства проявляються перш за все як інтереси” [128]. Економічні інтереси – це, по суті, виробничі відносини стосовно різних соціальних груп, господарюючих суб’єктів з приводу визначених об’єктів суспільного продукту [81, с. 36].

„Економічні інтереси – усвідомлене прагнення економічних суб’єктів задовольнити певні потреби, що є об’єктивним спонуканим мотивом їхньої господарської діяльності” [73, с. 55]. З цього випливає, що економічні інтереси за своєю сутністю виступають рушійною силою розвитку економічних суб’єктів, як таких. До економічних суб’єктів, що проявляють економічні інтереси, на ринку сільськогосподарської продукції можна віднести окремих індивідуумів, господарства населення, підприємства, колективи, та й в цілому суспільство.

Усі явища та процеси на ринку сільськогосподарської продукції, що є безпосередньо спрямованими на задоволення інтересів економічних суб’єктів, взаємопов’язані між собою і відбуваються під дією вимог об’єктивних економічних законів. У практичній площині потреба трансформується в попит, за рахунок чого задовольняються споживацькі вимоги суб’єкта. Це відбувається за схемою: нестача чогось – потреба переростає в інтереси, які мотивують суб’єкта до дії, що виступає джерелом його активності. Споживач спрямує свої дії на пошук шляхів задоволення свого попиту, а виробник – на пошук засобів та створення пропозиції.

Відтак людські потреби у споживанні, у формі попиту, стимулюють виробництво і безперервний економічний процес розвитку суспільства зумовлює зростання потреб як у кількісному, так і якісному відношенні. Реакція ж виробників на зростання попиту є позитивною і адекватною. Господарська діяльність виробника матеріалізує виробничий інтерес, який проявиться у створенні кінцевого результату. Проте зростання потреб завжди випереджає можливості виробників, у яких у свою чергу виникають нові потреби в засобах виробництва і з’являється інтерес у їх придбанні. Загалом місце і роль економічних інтересів у причинно-наслідкових зв’язках засвідчують взаємодію складових, які формують ланцюг відносин на ринку сільськогосподарської продукції: економічні закони – потреби – інтереси –

попит – господарська діяльність – пропозиція, що в кінцевому підсумку, спрямовані на задоволення запитів населення (рис. 2.8).

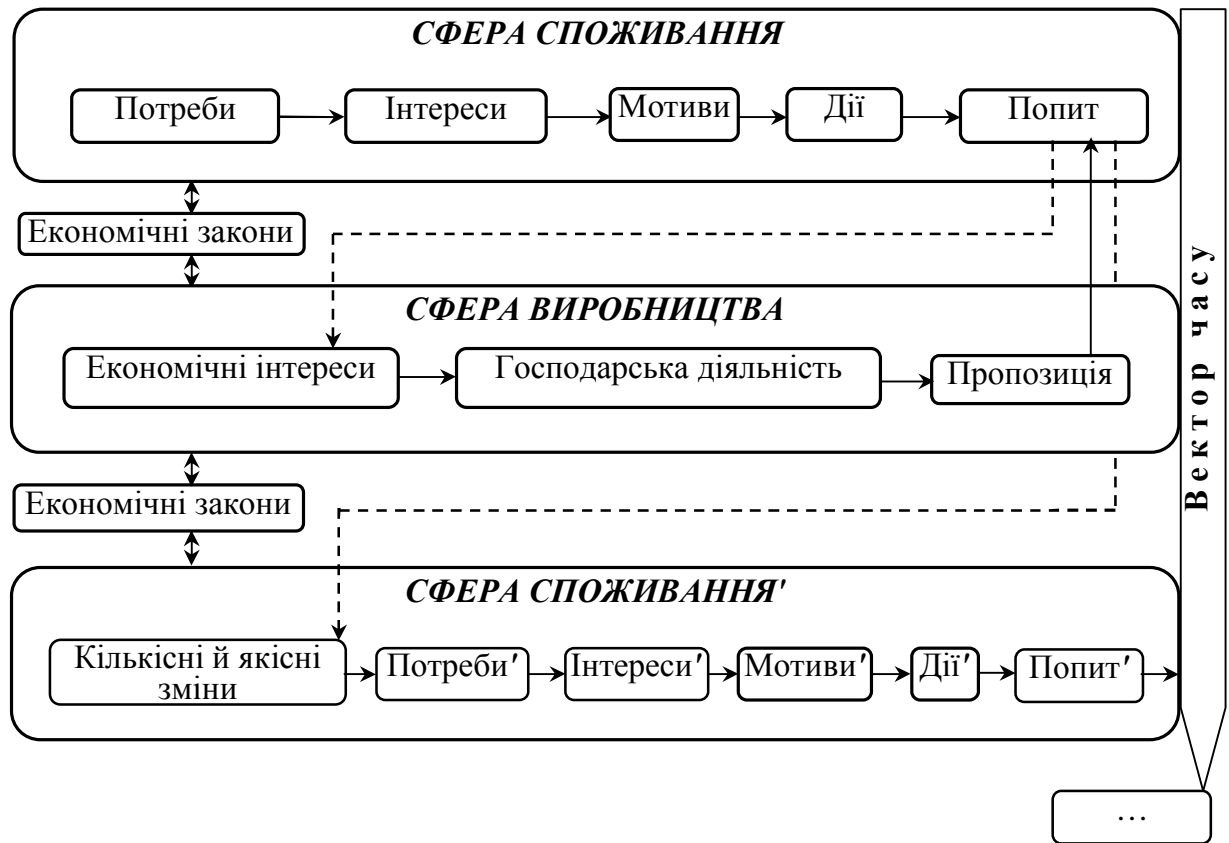


Рис. 2.8. Діалектика трансформації економічних відносин на ринку сільськогосподарської продукції.

За низки причин не завжди потреби збігаються з рівнем фактичного задоволення. Отже, потреби не є сталими, а рівень споживання не завжди є задоволеним. Дія економічного закону зростання потреб передбачає, що кожна задоволена потреба породжує нову. Це своєрідний безперервний розвиток потреб, за умов якого задоволена потреба породжує появу нової, що є рушієм розвитку суспільства. Тому потреби і виробництво перебувають у пропорційній взаємозалежності і взаємозумовленості, що, у свою чергу, регулює на ринку сільськогосподарської продукції запит на попит і пропозицію.

Американські вчені Р. Макконнелл і С-Л. Брю попитом вважають „кількість продукту, яку споживачі бажають і спроможні купити за кожну ціну із низки можливих цін за деякий проміжок часу” [311, с. 54]. Автори вважають, що економічна природа попиту – це кількість продукту, яку споживачі придбають при різних можливих цінах і це станеться за незмінних інших умов. А тому, на їх думку, щоб величини попиту за кожною ціною мали відповідне значення, вони повинні стосуватися

конкретного проміжку часу. Ми вважаємо, що таке визначення є специфічним і може бути виправданим за умов, коли попит відображає низку альтернативних можливостей. Переконливе твердження вчених, що „споживач купить певну кількість продукції за певною ціною є не точне і безглузде” [311, с. 55] є сумнівним, оскільки не визначається конкретний проміжок часу і невідомо, який за рівнем попит встановлено на продукт у цьому проміжку часу.

Відомі американські вчені П. Семюелсон і В. Нордгауз термінам, таким як попит і пропозиція, не надають конкретного означення. Попит пов'язують з корисністю або його кривою. Вони переконані, що крива ринкового попиту для всіх споживачів отримується сумуванням по горизонталі індивідуальних кривих попиту кожного споживача і крива попиту може переміщуватися залежно від багатьох причин [260, с. 148]. До того ж споживчий попит учені пов'язують з концепцією загальної корисності, а корисність відображає величину задоволення, що його отримує споживач, вживаючи товар. Вони вважають фундаментальним положенням, коли люди вибирають ті товари і послуги, які мають для них найбільшу цінність [260, с. 134]. Хоча в одноосібному виданні П. Самуельсон конкретизує підхід і вважає, що „ринковий попит – це сума попиту окремих осіб” [260, с. 306]. За такого підходу, щоб мати уяву про загальний попит, необхідне поєднання придбання товарів окремими індивідуумами, незалежно від їх уподобання і реальної можливості здійснення цього процесу.

Автори економічної енциклопедії „Політична економія” [312], як і автори економічної енциклопедії [71], поняття попиту запозичили від вчених К. Маркса і Ф. Енгельса і подають його як „представлену на ринку потребу в товарах” [128]. Тобто попит на ринку представляється як матеріалізована потреба. На нашу думку, таке розуміння його є дещо своєрідним і може стати дискусійним, оскільки урівноваження попиту, як задоволення потреби на ринку, може відбутися лише за певних умов, які сприятимуть цьому. Однак у реальному часі в частини споживачів, через низьку їх платоспроможність, потреби можуть залишитися незадоволеними. У такому разі потреби, що виникли, можна назвати лише бажанням і аж ніяк не попитом. Тому ставити рівність між виникненням потреби і спроможністю задовольнити її попитом, на нашу думку, є некоректно.

У площині задоволення бажання буде підхід до розуміння економічної природи попиту науковець Я. Стеблій. Він вважає, що „попит – це кількість продукту, яку споживачі бажають і спроможні купити на ринку за певну ціну за певний проміжок часу” [7, с. 86]. Це трактування не

відзначається перевантаженістю, є сприйнятливим, простим, але з неозначеною формою дії споживачів у часі. Невизначеність „бажають і спроможні купити”, є непереконливою у торгово-купівельних відносинах, придбають чи ні споживачі товар. Тоді як сам автор зауважує, що лише в разі, коли бажання підкріплені грошовими можливостями споживачів, вони трансформуються в попит.

Такої ж думки дотримується й низка сучасних вчених [7; 158], які вважають, що в ринковій економіці більшість матеріальних потреб задовольняється за допомогою грошей, тобто трансформація потреб у попит відбувається за допомогою купівлі. Якщо виходити з таких позицій, то можна погодитися, що попит на товар – це потреба в ньому, яка підкріплена грошима, а тому визнавати й описувати поняття попиту як окремого елементу ринкового механізму, не проаналізувавши поведінку фактичних і потенційних покупців на товари і послуги на ринку, немає ніякого сенсу.

Оригінальний підхід до розуміння терміна „попит” висловлює В. Базилевич. Він вважає, що „попит означає платоспроможну потребу, тобто потребу, яку суб’єкт здатний оплатити” [73, с. 209]. Попит він пов’язує безпосередньо з ціною, а його рівень із рівнем платоспроможності населення, наголошуючи, що між ціною і обсягом попиту зв’язок є сталий і його може порушити лише зміна ціни.

За переконанням вченого С. Дусановського, на ринку сільськогосподарської продукції, як правило, існує попит, який задовольняється грошима. Він визначається як платоспроможний попит і є формою виявлення та задоволення потреб, забезпечених грошима покупців, які можуть і мають намір заплатити за необхідні для них товари [66, с. 115]. Попит відповідно до своєї економічної природи позитивно впливає на структуру ринку. Підвищення попиту забезпечує зростання місткості ринку, а це своєю чергою, визначає можливість реалізації такої кількості продукції, яка відповідає певному рівню сукупності елементів ринкового механізму: попиту, пропозиції та ціни. За умов зростання платоспроможності населення неодмінно відбудеться зниження пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції і в разі неспроможності забезпечення його наповнення продуктами власного виробництва може відбутися бум та ажіотаж і вирівнювання попиту й пропозиції доведеться забезпечувати завезенням продукції з-за кордону, що може призвести до монополізації внутрішнього ринку іноземними виробниками.

Попит і пропозиція є економічними категоріями товарного виробництва, з допомогою яких відображається співвідношення між виробництвом, обміном та споживанням. Автори економічного словника під

попитом розуміють, що це „представлена на ринку платоспроможна потреба на товари, форма прояву потреб суспільства в товарах і складається під впливом розвитку виробництва, життєвого рівня населення та інших умов” [74, с. 427].

Розрізняють попит окремої особи, що є індивідуальним, та ринковий попит, що являє собою суму окремих індивідуальних попитів [251; 314]. Це зумовлено тим, що попит в усіх споживачів зовсім не є тотожним, оскільки однакових споживачів не буває. Це залежить від соціального стану, платоспроможності та від загалу потреб людини. Наприклад, одним не потрібно м'яса, оскільки вони є вегетаріанці, а іншим, які споживають продукти тваринного походження, потрібні всі їх види.

У сучасному тлумачному словнику української мови попит подається як „активний запит на певний товар; вірогідна можливість швидкого продажу товару; потреба мати якийсь товар” [277, с. 572].

Методичний підхід вчених В. Горфинкеля, В. Швандара, Л. Аврашкова, В. Адамчука, О. Антонова до розуміння попиту є досить оригінальним. Вони вважають, що „попит це бажання і можливість споживача купити товар або послугу в певний час і в конкретному місці” [309, с. 614]. Проте не можна не звернути увагу на те, що бажання і попит не можна ототожнювати. Не всяке бажання може бути попитом через відсутність свого товару і бажання може перерости у нього, за незмінності інших умов, лише в разі наявності відповідного продукту.

Якщо розглядати попит з позиції його значення та ролі на ринку сільськогосподарської продукції, то він є вагомою економічною категорією ринкової економіки, оскільки в кінцевому результаті саме він визначає ціну на продукцію і суттєво забезпечує її сприйняття різними категоріями споживачів.

Економічну природу попиту вчений Г. Клишко розглядає як „суспільну чи ринкову потребу в товарах, послугах, яка зумовлена платоспроможністю і виражена в грошовій формі” [159, с. 186]. За такого підходу стає очевидним, що вчений має на увазі попит як конкретно визначену економічну категорію, яка може змінюватися лише в разі впливу чинників, таких як платоспроможність покупців та реальна рівність між потребами суспільства і можливістю кількісного задоволення.

На думку П. Островерха, попит необхідно розмежовувати на макро- і мікроекономічному рівнях. У макроекономіці ним визнається сукупний попит, а на рівні мікроекономіки – ринковий, галузевий та індивідуальний. Він вважає, що величина попиту на ринку певного продукту це загальний його обсяг, який потенційні покупці хочуть і можуть придбати за певну ціну

впродовж визначеного періоду часу [7, с. 184-185]. „Попит характеризує зв'язок між ціною та кількістю товару, яку споживачі хочуть і спроможні купувати в межах визначеного періоду часу за інших однакових умов” [7, с. 184]. Такий підхід учений мотивує тим, що попит завжди є бажаним і це стосується не якихось недосяжних потреб, а, відповідно, тих, які можуть бути задоволені платоспроможністю.

За економічним змістом, бажання лише тоді стає реальним, коли підкріплюється фінансовими можливостями споживача. І якщо цього немає, то бажання не забезпечене платоспроможністю і попит залишається не задоволеним. Звідси випливає, що попит звичайно розглядається з позиції вигідності ціни. Інакше кажучи, попит показує кількість продукту, яку споживачі купуватимуть за різними можливими цінами. За незмінності всіх інших параметрів зниження ціни веде до відповідного зростання попиту, і навпаки, тобто існує зворотний зв'язок між ціною і обсягом попиту. Він має назву закону попиту.

Попит можна подати у вигляді графіка, що показує кількість продукції, яку споживачі можуть купити за певною ціною протягом якогось періоду часу, тобто крива відображає конкретний зв'язок між ціною і попитом (рис. 2.9).

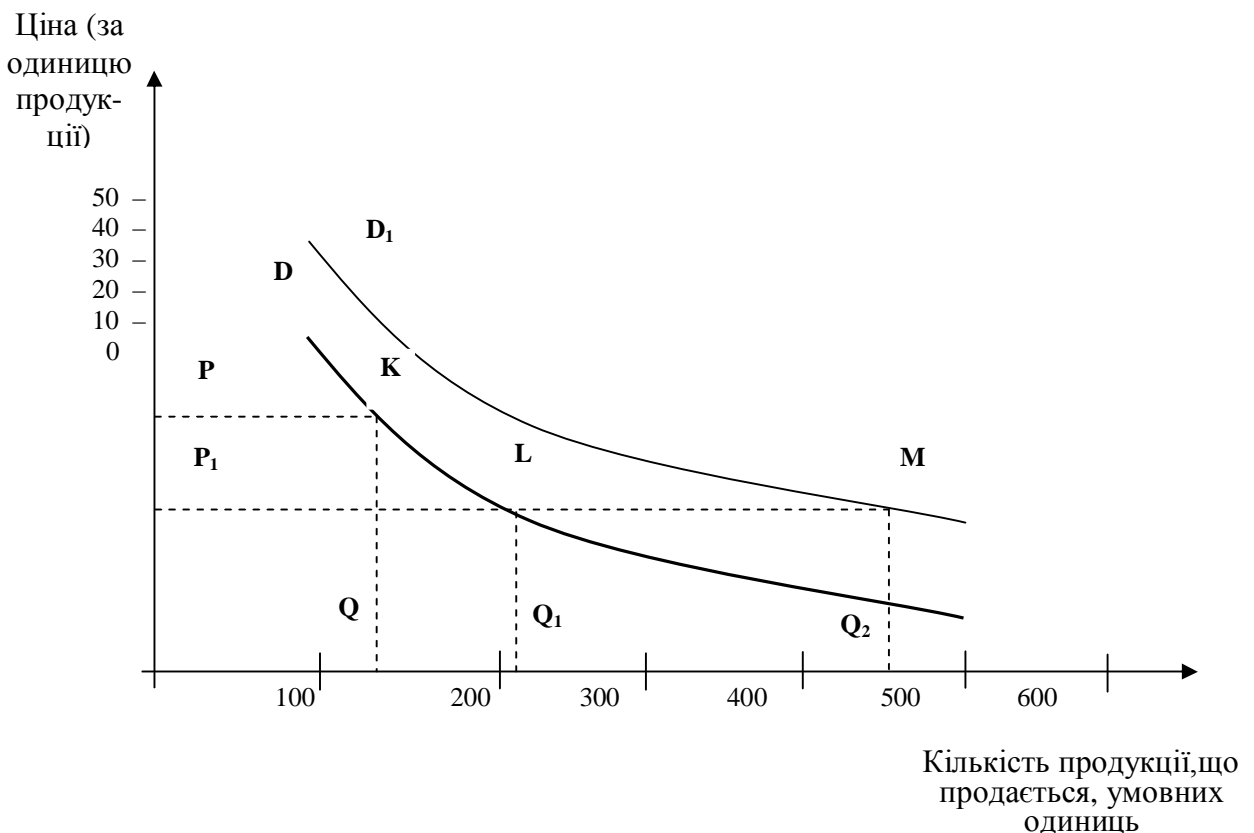


Рис. 2.9. Зміна ринкового попиту*.

* Джерело: побудовано автором на основі [7; 73; 156-159].

Часто некоректно використовують термін “зміна попиту”. Якщо ціна зростає з P_1 до P , а продаж зменшується з Q_1 до Q , кажуть, що попит знижується. Уподобання споживачів не змінюються і крива попиту залишається на місці. У даному випадку йдеться про зміну в кількості попиту внаслідок зміни в ціні. Перехід з однієї точки до іншої на одній і тій самій кривій (у даному разі з L до K) не характеризує зміну попиту. Вона відбувається лише тоді, коли вся крива попиту зсувається на нову позицію. Припустимо, D зсунулося на позицію D_1 . Це реальне зростання попиту, оскільки за такою ж самою ціною тепер можна придбати більше, ніж за попередньою кривою попиту. За ціною P_1 , наприклад, можна придбати тепер 550 одиниць продукції замість 325. Зсув від L до M являє собою зміну попиту, а від L до K – ні.

Попит від D до D_1 може зрости переважно внаслідок впливу головних детермінант попиту: уподобань споживачів, їх доходів, зміни цін на інші товари, кількості покупців на ринку, термінів кредитів, реклами. Усі точки на кривій попиту відображають реальність цього моменту. Вони характеризують альтернативні можливості, лише одна з яких може бути реалізованою. За ціною P може бути придбано Q кількість продукції, за ціною P_1 – відповідно Q_1 . Але лише одна з цих можливостей може бути реалізована на конкретному ринку, у конкретний час.

Криві плавно спадають зліва направо, але в реальному житті такої плавності може й не бути. Деякі товари мають дуже стрімку криву попиту, яка показує, що споживачі купуватимуть за високою ціною майже таку саму кількість продукції, як і за низькою. В іншому разі крива може знижуватися під гострішим кутом до зростання цін, тобто бути пологішою.

Загальний обсяг попиту на окремі види продукції формується під впливом низки чинників, взаємозалежність між якими можна сформулювати за допомогою виразу:

$$Q_n = f(P_x I T S M), \quad (2.1)$$

де Q_n – загальний обсяг попиту на певний вид продукції;

P_x – ціна товару;

I – дохід покупця;

T – потреба покупця в товарі;

S – сезонність потреби, що задовольняється певним товаром;

M – кількість покупців.

Загальний обсяг попиту – це та кількість товарів, які покупець спроможний і готовий купити за певних умов, у певному місці і в певний час. Зміна хоча б одного із зазначених чинників зумовлює зміну обсягу

попиту. Якщо припустити, що крім ціни усі інші чинники залишаються сталими, то зміну загального попиту, як загальної його функції, можна розглядати як функцію попиту від ціни:

$$Q_{\Pi} = f(P_x). \quad (2.2)$$

Ціна є визначальною у формуванні рівня попиту і, в разі її динамічного зростання, змушує споживачів вдаватися до пошуку альтернативного шляху задоволення своїх потреб. Такими можуть стати ефект заміщення або ефект доходу.

Ефектом заміщення є зміна обсягу попиту на товар внаслідок зміни його ціни порівняно з цінами на інші товари [71]. За таких умов споживач купуватиме більше альтернативного виду продукції, ціна на яку нижча, і замінить той вид продукції, який за ціною значно дорожчий. Наприклад, коли ціна на масло тваринного походження значно зростає, споживач буде купувати маргарин чи спред, замінюючи потреби в ньому. Зекономлені кошти за рахунок купівлі дешевшої продукції, у результаті заміщення, сформують ефект доходу, частину якого можна буде використати для придбання ще більшої кількості продукції за нижчою ціною. У разі динамічного пропорційного зростання цін на основний вид продукції і його замічник стане необхідним пошук іншого, третього, ресурсу.

Пропозиція має не менш вагомий вплив за інші елементи ринкового механізму на рівень формування й функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Пропозиція формується результатами діяльності сільськогосподарських товаровиробників, продукція яких набуває товарної форми лише в момент торгових відносин купівлі-продажу на ринку сільськогосподарської продукції. Пропозиція визначається обсягом продукції, яку можуть представити на ринок у певний час. Її власником, як правило, є сільські товаровиробники, якими можуть бути суб'єкти господарської діяльності: господарства населення, фермери, аграрні підприємства, посередницькі структури та фізичні особи.

Пропозиція – це та кількість товарів, яку продавці можуть і бажають запропонувати покупцю в певний час і в конкретному місці. Відомі вчені-економісти К. Маркс і Ф. Енгельс пропозицію розглядають як „продукт, який знаходиться на ринку або може бути доставлений на нього” [128]. Якщо всесвітньо відомі економісти до категорії пропозиції зараховують продукт, який ще може бути доставлений на ринок, то автори економічної енциклопедії чітко стоять на позиції, що пропозиція – це сукупність товарів і послуг на ринку, які виробники готові продати за певними цінами [71].

У процесі еволюції товарного виробництва і суспільного поділу праці реалізація продукції на ринку перемістилася від виробників до

торговельників. Ці процеси лягли в основу формулювання вченим Г. Климком поняття пропозиції як економічної категорії. Він вважає, що „пропозиція представлена результатами господарської діяльності (виробництва), що набувають товарного вигляду і можуть бути доставлені на ринок у певному обсязі й в певний час” [159, с. 186]. Автор чітко пов’язує обсяги пропозиції з господарською діяльністю, тобто пропозиція залежить від обсягів виробництва, які можуть бути невідповідними лише за умов форс-мажорних обставин або порушення вимог організаційно-технологічного характеру.

Досить зрозумілим і оригінальним, що відображає економічну природу, подається трактування пропозиції вченим В. Федоренком. Він вважає, що пропозиція – це загальна кількість товарів чи послуг, які представлені на ринку [158, с. 146]. За його розумінням, на ринок може поставлятися будь-який обсяг продукції сільськогосподарським виробником, якщо його задовольняє ціна. Такий висновок вченого сформувався під впливом дії закону пропозиції, сутність якого полягає в тому, що чим нижча ринкова ціна на продукт, тим менший його обсяг надходить на ринок, і навпаки. Зрозуміло, що кожен виробник зацікавлений у зростанні частки і обсягу його пропозиції на ринку, але за умов достатнього рівня ціни.

Низка авторів [307; 309] пропозицією вважають кількість товарів, яку хочуть і можуть запропонувати продавці покупцям у певний проміжок часу і в певному місці. За їх твердженням, дія закону пропозиції проявляється за певних рівних умов кількості запропонованих продавцями товарів і відповідного рівня ціни. Пропозиція і ціна перебувають у прямій залежності. Продукції більше тоді, коли ціна вища, і навпаки.

Пропозиція вченим В. Базилевичем розглядається як „обсяг товарів та послуг, який виробники хочуть і можуть поставити на ринок за різною ціною, за певний проміжок часу” [73, с. 214]. Його твердження, що виробники можуть „поставити на ринок за різною ціною” продукцію сприймається не зовсім адекватно. Товаровиробник до моменту поставки продукції на ринок не може знати і навіть припустити достеменно, яку ціну йому запропонують, а тим більше в разі зростання пропозиції однойменного виду продукції з боку конкурентів. Оскільки, як стверджує сам автор, ринкова пропозиція „складається із сукупності індивідуальних обсягів товарів, запропонованих усіма виробниками цього товару за певною ціною” [73, с. 216]. Те, що пропозиція безпосередньо залежить від рівня ціни і за умов її підвищення обсяги пропозиції будуть зростати, не викликає сумніву. Однак це може відбуватися лише до певної межі, після якої ціна почне

спадати і процеси відбуватимуться у зворотному напрямі. Виробників і посередників не влаштуватиме така ситуація, на що вони зреагують припиненням постачання продукції на ринок. У результаті починає зростати життєвий цикл нереалізованого товару, що негативно вплине на його якість та оборотність. За таких умов власники нереалізованої продукції змушені будуть вишукувати альтернативні шляхи та умови продажу, наприклад, обробка м'яса засобами, що відновлюють його зовнішній вигляд, або переробка його на субпродукти.

Доступним є виклад дефініції поняття „пропозиція” Г. Стеблієм, який вважає, що „пропозиція – це та кількість продуктів, яку виробник бажає та спроможний виробити і постачати для продажу на ринку за певну ціну впродовж визначеного проміжку часу” [72, с. 88]. У цьому визначенні автор подає виклад пропозиції у форматі економічного змісту, як наміру виробників діяти у майбутньому часі, що не є фактом представлення продукту на ринок у конкретний час і, на нашу думку, є дискусійним. Це визнає й сам автор, який зауважує, що пропозиція намірів не завжди збігається з тим, що потрапляє на ринок.

Схожим за сутністю і формою подання є трактування пропозиції колективом учених Львівського національного університету ім. І. Франка. На нашу думку, їх трактування поняття „пропозиція” потребує певного уточнення. Так, у запропонованій дефініції „пропозиція – це кількість певного товару, яку виробники хочуть виготовляти і продавати за кожної ціни протягом певного періоду часу за інших однакових умов” [7, с. 193] не зовсім чітким і зрозумілим є висловлювання авторів „...виготовляти і продавати за кожної ціни протягом певного періоду часу...”. Такі висновки, на нашу думку, одержані на основі шкали (схеми) пропозиції, тобто з використанням таблиць, і тому є не зовсім зрозуміло, про який рівень „за кожної ціни” йдеться і які „інші однакові умови” маються на увазі. Такий підхід, на нашу думку, не забезпечує об'єктивних висновків для чіткого формулювання поняття, що й може створити суперечливі судження.

Лаконічним є підхід до розуміння пропозиції американських вчених П. Семюелсона і В. Нордгауза: „Під пропозицією ми розуміємо кількість певного товару, яку виробники бажають виготовляти і продавати” [259, с. 94], чим класично і чітко визначено сутність пропозиції як економічної складової ринкового середовища. Проте у трактуванні авторами не заявлено взаємозв'язку пропозиції з іншими складовими в умовах існування ринкового механізму, наприклад із ціною. Для довершення і роз'яснення тлумачення автори наголошують і, в такий спосіб, начебто доповнюють визначення, що „...величина пропозиції товару визначається залежністю від

ринкової ціни за інших однакових умов” [259, с. 94]. Тобто інші однакові умови, – а це можуть бути виробничі витрати, ціни на товари-замінники та витрати з організації і функціонування ринку, – мають бути сталими і незмінними.

Пропозиція може виражатись у вигляді кривої, але вже у формі висхідної – крива CS (рис. 2.10). Між ціною і кількістю продукту, що пропонується, існує позитивний зв'язок: з підвищенням цін зростає кількість продукції. Він називається законом пропозиції.

Кожна точка на кривій попиту показує відповідність між ціною (P) і кількістю товару (Q), який буде придбано за цією ціною. Крива попиту встановлює обернено пропорційну залежність між ціною товару і його кількістю. Чим вища ціна, тим менше знайдеться споживачів, яких вона задовольняє, і тим менше товару за цією ціною може бути придбано. Попит на ринку сільськогосподарської продукції може зростати внаслідок дії головних детермінант попиту: уподобань споживачів, їх доходів, зміни цін на інші товари, кількості покупців на ринку, термінів кредитів, реклами. Усі точки на кривій попиту відображають реальність даного моменту. Вони характеризують альтернативні можливості, але лише одна з них може бути реалізована на конкретному ринку в конкретний час.

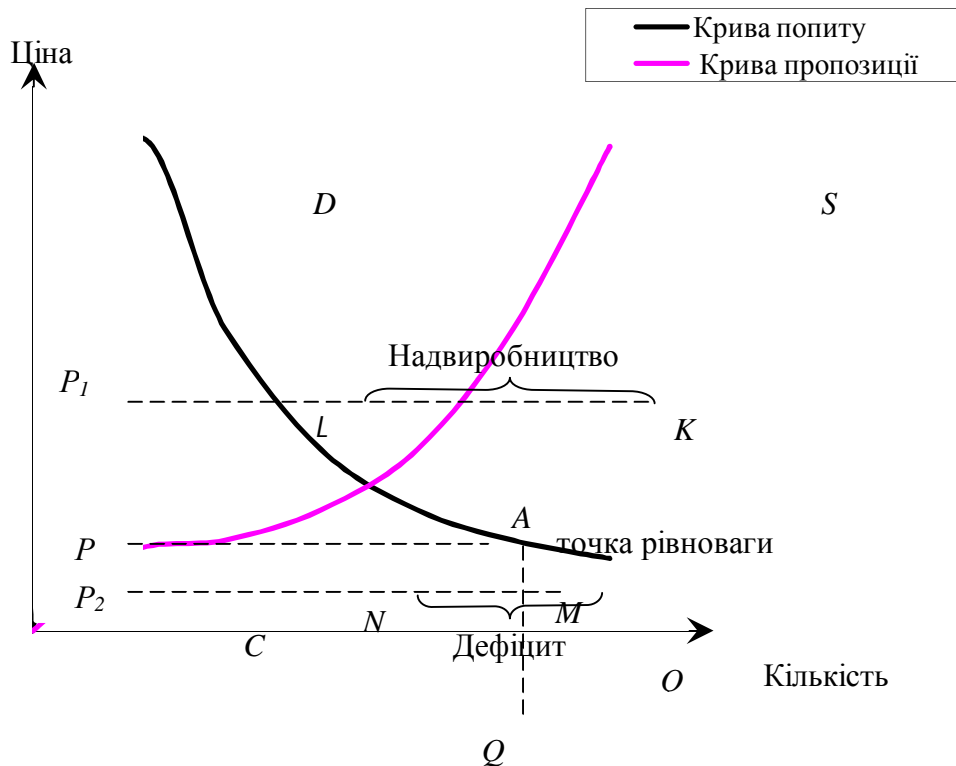


Рис. 2.10. Схема взаємодії елементів ринкового механізму: попиту, пропозиції та ціни*.

* Джерело: побудовано автором на основі [7; 73; 156-159].

Крива пропозиції характеризує пропозицію товарів прямо пропорційною залежністю між ціною і кількістю товару. Вона пояснює той факт, що чим вища ціна товару, тим більше буде його запропоновано на ринку. Відповідно у разі, коли обсяг пропозиції зростає за зростання ціни, і, навпаки, обсяг пропозиції спадає за зменшення ціни, проявляється дія закону пропозиції.

Але, як і у випадку з попитом, існує низка нецінових детермінант, у разі зміни хоча б однієї з яких пропозиція зазнає змін, положення кривої пропозиції теж змінюється. До таких основних нецінових детермінант пропозиції належать: ціни на ресурси; технологія виробництва, податки і дотації; ціни на інші товари; кількість продавців на ринку. Зміщення кривої вправо на графіку означатиме збільшення пропозиції; виробники при цьому постачають більшу кількість продукції за кожною з можливих цін. Різниця між змінами в пропозиції і змінами обсягу пропозиції така сама, як різниця між змінами в попиті та змінами обсягу попиту.

Схематичне поєднання понять пропозиції і попиту характеризуватиме взаємодію рішень споживачів про купівлю продукту та рішень виробників про його продаж і визначатиме ціну продукту та його кількість, яка реально продається і купується на ринку. На рис. 2.10 видно, що при ціні P на ринку немає ні надлишку, ні дефіциту. Лише за такою ціною кількість продукції, яку виробники бажають поставити на ринок, дорівнює тій кількості, яку споживачі бажають купити. Надлишок продукції на ринку знижує ціну на неї, а нестача – зумовлює її підвищення. Ціну, за якої немає ні дефіциту, ні надлишку, а також немає жодних підстав для того, щоб реальна ціна на продукцію відхилялась від неї, з економічної точки зору можна назвати ціною ринкового клірингу, або рівноваговою, а кількість продукції, що може бути продана на ринку за цією ціною – рівноваговою кількістю.

Графічно, точка перетину кривої пропозиції з кривою попиту на продукцію і є рівно ваговою точкою (рис. 2.10), інакше кажучи, ціна на продукцію встановлюється на рівні, за яким рішення виробників про продаж і рішення покупців про купівлю взаємно узгоджуються. За будь-якою вищою ціною постачальники бажають продати більшу кількість продукції, ніж споживачі можуть придбати, у результаті виникає надлишок, і навпаки. Розходження між пропозицією продавців і попитом покупців породжують зміни ціни, які в кінцевому підсумку завершуються узгодженням між собою цих двох протилежних бажань.

На думку А. Остапчука та Р. Саблука, поняття ринкового механізму виходить за межі його регулювальної функції у торгових операціях, він „є продуктом багатовікової економічної та суспільної еволюції, в процесі якої

відбувалося формування передумов сучасного цивілізованого ринку” [165, с. 86].

Ринковому механізму надають ознаки засобу санації ринку. Так, О. Шпикуляк вважає, що „ринковий механізм забезпечує відбір, селекцію неефективних суб’єктів господарювання”. За його твердженням, „...відбір має інституціональне походження і уособлює правила, традиції взаємодії агентів, економічну і соціальну відповідальність” [304, с. 121].

Таким чином, ринковий механізм самостійно забезпечує свою стабільність у питаннях регулювання попиту і пропозиції та ціноутворення. Кожен із учасників ринку має свою мету і завдання, зокрема виробник – прагнення до максимального прибутку, а споживач – раціональний вибір. Мета кожного не може бути досягнутою в тому випадку, коли жоден з контрагентів не виконає своє завдання повністю, і можливий компромісний варіант. Продавець за інших незмінних умов віддасть перевагу тому покупцю, який пропонує за товар більшу ціну. Водночас покупець віддасть перевагу аналогічному товару з найменшою ціною або з такою ж, але з кращим дизайном чи вищої якості. При цьому раціоналізм підприємця полягає в тому, що він ніколи не вироблятиме товар, якщо на нього немає попиту на ринку або його виробництво не забезпечить йому прибутку, тобто перевищення доходу над витратами. Втім, раціоналізм покупця визначається тим, що він не купуватиме товари, які йому не потрібні з якоюсь конкретною метою.

Специфіка ринкового механізму є такою, що кожен з його учасників має суб’єктивну мету, але в цілому єдність їх суб’єктивних прагнень створює зовсім інші об’єктивні закономірності. З’являється, за визначенням А. Сміта, невидима рука ринку, коли кожен підприємець діє лише у власних інтересах, але невидима рука дозволяє йому одержувати результати, які не входили до його намірів. Дбаючи про свою власну мету, він, навіть не бажаючи цього свідомо, сприяє інтересам суспільства ефективніше, ніж тоді, коли б він бажав цьому сприяти.

Особливість вільного ринку полягає в тому, що при певній кількості запропонованої продукції він сам по собі прагне до рівноваги. При цьому знаходиться компроміс між продавцем та покупцем і відповідність, що при даній ціні є така кількість покупців, що може придбати дану кількість товару. Така точка перетину кривої попиту і пропозиції називається точкою рівноваги. Проте стан рівноваги попиту і пропозиції ніколи не буває статичним через вплив великої кількості чинників на ці процеси. Наслідком цього впливу є постійне зміщення кривих попиту і пропозиції, у результаті якого порушується рівновага. Нова рівновага встановлюється в іншій точці,

якій буде відповідати нова ринкова ціна. Ініціатива порушення рівноваги може бути як із боку попиту, так і з боку пропозиції. Співвідношення попиту і пропозиції дає уяву про кон'юнктуру ринку, а їх оптимальне поєднання характеризує рівновагу, що свідчить про збалансованість і пропорційність ринку сільськогосподарської продукції.

Недостатня пропозиція окремого виду й асортименту продукції на ринку не може негативно вплинути на організацію та діяльність ринку сільськогосподарської продукції загалом. Недоліки у його формуванні і функціонуванні можуть виникнути за умов зростання уподобань споживачів на окремий вид продукту. У такому разі в сегменті певного продукту може створитися критична ситуація і негативно позначитися на формуванні й функціонуванні ринку сільськогосподарської продукції. З цього випливає, що місткість ринку, яку формує пропозиція, а відтак ефективність його функціонування, значною мірою залежить від стабільності формату й масштабності представлених видів продукції. Тому ринок сільськогосподарської продукції і його окремі торгові складові: ринки, магазини, підприємства громадського харчування, палатки, ятки тощо – потребують повномасштабного забезпечення пропозиції усіх видів продукції.

Ціна, за своєю економічною природою, є основним контролюючим механізмом ринкової економіки. У класичному викладі ціна сприймається як грошовий вираз вартості товару, або, як подає В. Волинцев, „вартість товару, виражена в грошах” [195, с. 420]. Теоретичні основи трактування ціни, що пов'язані з вартістю товару, започаткували класики політекономії В. Петті, А. Сміт, Ж.-Б. Сей та їх послідовники. Вони вважали, що ціноутворювальними чинниками є праця, земля і капітал, а структуру ціни утворюють відповідні їм доходи: заробітна плата, рента і прибуток [195, с. 424]. Значна заслуга у розвитку теорії ціни економістів К. Маркса і Ф. Енгельса, які є фундаторами трудової теорії вартості, як основи ціни, а також розмежування „вартості” та „споживчої вартості” товару.

У грошовому виразі загалом ціна може наближатися до вартості товару або бути більшою за неї, тоді як в індивідуальних виробників, у яких затрати праці на виробництво одиниці продукції значно перевищують суспільно необхідні, ринкова ціна на їх продукцію може бути нижчою за витрати. У реальному часі на ринку сільськогосподарської продукції співвідношення попиту і пропозиції має прямий вплив на ціну. Проте під кутом зору функціональних ознак попиту і пропозиції пропозиція за своєю властивістю начебто формує попит через асортимент вироблених товарів і запропонованих послуг та ціни на них, тоді як попит зумовлює динаміку

обсягів і структуру пропозиції за рахунок впливу на господарську діяльність виробників. За умов, коли узгоджені інтереси виробників і споживачів, встановлюється рівновага ціни і цим визначається миттєвий баланс між попитом і пропозицією, за умов якого немає ні надлишку, ні дефіциту товарів на ринку.

Трудовій теорії вартості, як основи ціноутворення на товари, представники австрійської школи політичної економії намагалися протиставити теорію корисності, що формується на суб'єктивно-психологічній оцінці людиною споживчої вартості товару, і були спроби нав'язати застосування корисності у процесі ціноутворення.

„Корисність товару – це задоволення, яке отримують від споживання” [72, с. 411]. „Корисність – це ступінь задоволення, яке отримує людина від споживання певного блага або сукупності благ” [314, с. 100]. Ознаками й особливостями корисності є втілені у товарі притаманні йому властивості та риси, які за смаком і уподобанням задовольняють потреби споживача. Тому товар вищої корисності може претендувати на вищу ціну. Однак корисність характеризується спадною властивістю, коли кожна наступна додаткова одиниця блага не приносить того задоволення, що попередня. Визначити рівень корисності є досить складно, і вона не підлягає обчисленню, а тому застосування даної теорії в практиці ціноутворення є проблематичним.

„Ціна – це сума, яку покупець сплачує продавцю за придбаний товар або надану послугу”. Таке трактування подається у працях низки вчених [30, с. 170; 307, с. 112; 311, с. 65]. У трактуванні відображаються суто комерційні відносини між учасниками ринку, і воно не має достатніх ознак методичної важливості та наукового пізнання.

Предметним, на нашу думку, з позиції економічної природи сутності поняття, є позиція С. Панчишина, який вважає, що „ціна – це кількість грошей, яку сплачують за одиницю певного товару чи послуги” [7, с. 78]. Він також вважає, що ту „ціну товару, що виражена в грошах, називають його абсолютною ціною” [7, с. 78]. Ми не поділяємо думку автора стосовно підходу і формулювання такого визначення, як абсолютна ціна. Воно, на нашу думку, не збагачує теоретичних засад сутності ціни і не має ніякого практичного застосування. Якщо шукати нові визначення, то, напевно, можна б врахувати й інші основні чинники, що визначають ринкову ціну і мають безпосередній вплив на її зміну, зокрема попит і пропозиція, якість продукції, корисність товару, смаки та уподобання споживачів тощо. Це важливі риси і властивості продукції, які б могли зайняти певне місце у визначенні ціни, але вводити їх у трактування поняття немає сенсу.

У економічній енциклопедії „Політична економія” її автори розглядають ціни у форматі ринкових цін. Під поняттям ринкових цін розуміють „грошове вираження вартості товарів, що реалізуються на ринку; фактичні ціни, за якими здійснюється купівля-продаж товарів” [312]. Характерним є те, що пропонується розглядати ринкові ціни на внутрішньому ринку, окремо для споживачів, як „ціни реалізації товарів і послуг населенню” [312].

Аналогічно пропонує розглядати ціну і вчений В. Федоренко: „Ринкова ціна – це ціна, яка встановлюється на ринку у відповідності із суспільним попитом і пропозицією” [158, с. 154]. Учений вважає, що вона буває у вигляді ціни попиту, пропозиції і рівноваги. Стосовно розуміння ціни попиту, то це гранично максимальна ціна, яку може згодитися покупець сплатити за товар, тоді як ціна пропозиції – гранична ціна, за якою продавець може пропонувати свій товар.

Правильне встановлення ціни, в обох випадках, відображає реалізацію економічних інтересів як товаровиробника, так і споживача, що дає можливість раціонального перерозподілу доходів між ними, і за таких умов ціна стає формою зв'язку між виробниками і споживачами товарів. У сутності ціни фокусуються різнобічні інтереси господарюючих суб'єктів і відображається рух усієї системи протиріч, які виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну, споживання та відтворення, що притаманні ринку загалом і, зокрема, ринку сільськогосподарської продукції.

„Ціни є мірилом, через яке люди і фірми добровільно обмінюють різні товари” [259, с. 75]. На нашу думку, таке трактування є дещо узагальненим, що не зовсім визначає участь грошей в обмінних операціях як загального еквівалента і сприйняття вислову „обмінюють різні товари” більше стосується можливого трактування у часи бартерних операцій. Однак зауваження авторів, що „ціни є сигналом для виробників і споживачів” у частині координації їх дій є слушним і прийнятним.

Економічний зміст ціни значною мірою визначається витратами сировини і матеріалів, заробітною платою, амортизаційними відрахуваннями тощо. Іншими словами, ціна насамперед визначається витратами на виробництво продукції. Як писав А. Сміт, у цілому ціна зводиться безпосередньо або в кінцевому рахунку до „трьох складових частин: ренти, заробітної плати і прибутку” [266].

На ринку сільськогосподарської продукції ціна є ключовим економічним важелем, що активно впливає на господарську діяльність товаровиробників. Від неї залежить як повернення витрат виробництва, так і

дохід підприємства, а також певною мірою регулюється процес розширеного відтворення.

На ринку сільськогосподарської продукції в процесі обміну вартість товару стає рухливішою в часі і просторі, бо в ціні відображається не лише вартість товару, а й умови обміну, попит і пропозиція, рівень державного регулювання цін, розподіл вартості між виробниками і споживачами. Тому вона виступає не лише як форма прояву вартості, а й виконує низку важливих функцій:

- обліково-вимірнувальну, що є засобом обліку і вимірювання витрат на виробництво продукції;
- розподільну, за допомогою якої здійснюється перерозподіл частини доходів підприємств, організацій і населення в інші галузі і виробництва;
- стимуляційну – для мотивації збільшення обсягів виробництва продукції на підвищення її якості;
- регулювальну, що проявляється у вирівнюванні обсягів попиту і пропозиції, внаслідок чого збільшується або зменшується постачання продуктів на ринок сільськогосподарської продукції.

Ціна виступає орієнтиром і сигнальним механізмом як для виробників, так і споживачів на ринку сільськогосподарської продукції. Для одних – що виробляти, коли і в яких обсягах, а для інших – який товар і в якій кількості купувати. Сигнальний механізм орієнтує у потребі передачі ресурсу з однієї лінії виробництва до іншої. Якщо ціна на ячмінь на ринку сільськогосподарської продукції зростає відносно ціни на кукурудзу, то це спонукає виробників певну частину ріллі вилучити з-під посівів кукурудзи і налаштуватися на виробництво ячменю.

Виробники сільськогосподарської продукції повинні проявляти виправданий раціоналізм, намагаючись виробляти такі види продукції, які можуть принести їм у даних умовах максимальну економічну вигоду, і не виробляти той вид, на який немає попиту і ціна не забезпечує достатнього з погляду виробника рівня дохідності. З іншого боку, споживачі купують продукцію у того виробника, який пропонує нижчу ціну.

У міжсезоння на ринку сільськогосподарської продукції спостерігається коливання цін на більшість видів продуктів. За наявності таких обставин для підтримки аграрних товаровиробників необхідні державні регуляторні заходи, як це практикується в країнах з розвиненою ринковою економікою. Підтримуючі ціни в них встановлюються для досягнення рівноваги на продукцію сільського господарства та промисловості, щоб забезпечити нормальний рівень дохідності

сільськогосподарським підприємствам, особливо господарствам населення та дрібним фермерам.

З наявністю ціни пов'язують формування та функціонування ринкового механізму, хоча, на нашу думку, рівнозначними його складовими є попит, пропозиція і конкуренція. „Властивість ціни на вільному ринку змінюватися доти, доки ринок не досягне рівноваги (тобто величини попиту і пропозиції не зрівняються), часто називають ринковим механізмом” [158, с. 198].

На думку В. Кириленка, „ринковий механізм – це механізм взаємозв'язку і взаємодії основних елементів ринку, дії основних економічних законів ринку” [90, с. 37]. Схожим є визначення ринкового механізму Л. Білецької, яка вважає, що „...це механізм взаємозв'язку і взаємодії основних елементів ринку: попиту, пропозиції, ціни, конкуренції і основних економічних законів ринку” [21, с. 23]. Відмінним лише є те, що вона подає структуру елементів ринку, зауважуючи, що вони є „найважливішими параметрами ринку, якими користуються виробники і споживачі у своїй економічній діяльності. Це стрижень ринкових відносин, ядро ринку” [21, с. 23].

Подані визначення ринкового механізму характеризують його більше у площині теоретичних засад. На практиці ж на ринку сільськогосподарської продукції відбувається фактична взаємодія основних елементів ринку, що зумовлена відносинами у процесі купівлі-продажу за наявності досконалої конкуренції. На нашу думку, розуміння ринкового механізму повинно ґрунтуватися на основі прояву саме конкурентних відносин у процесі купівлі-продажу, які доцільно було б відобразити у дефініції.

Американські економісти-класики, на нашу думку, дещо нівелюють конкретність у трактуванні ринкового механізму, вдаючись до узагальнення питань, які має вирішувати ринок. Вони під ринковим механізмом подають „форму організації господарства, за якої індивідуальні споживачі і виробники взаємодіють шляхом ринку з метою вирішення проблем економіки, серед яких однією з головних є вирішення проблем обмеженості ресурсів та зростання потреб суспільства” [259, с. 90]. На нашу думку, наведене трактування є дещо переважаним і більше концентрує увагу на загальних проблемах ринкової економіки, як такої, ніж на теоретичному обґрунтуванні ринкового механізму.

І зовсім специфічним, яке загалом торкається сфери ринкової економіки, є подання визначення ринкового механізму в електронному ресурсі: „Ринковий механізм представляє сукупність взаємообумовлених методів і важелів впливу економічного характеру на виробництво, обмін,

розподіл і споживання в системі законів ринку і товарно-грошових відносин” [342]. На нашу думку, зазначене трактування не достатньо відображає справжню сутність ринкового механізму, реальну його роль і значення на ринку.

Узагальнюючи трактування низки вчених, на наш погляд, ринковий механізм загалом, і зокрема сільськогосподарської продукції, можна виразити як відносини між виробниками і споживачами в процесі купівлі-продажу товару, спрямовані на зрівноваження ціни на основі взаємодії попиту і пропозиції, за наявності конкурентного середовища, з метою узгодження інтересів кожного з учасників.

Отже, протиріччя, які мають місце на рівні відносин під час задоволення інтересів виробників і споживачів, є водночас стимулом підвищення ефективності функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Вища дохідність виробників стимулює виробництво потрібних якісних товарів, а заощадження споживачів заохочуватиме придбання більших обсягів. Таким чином, ціна на ринку сільськогосподарської продукції, яка збалансовує попит і пропозицію, виступає якісним показником ефективності і є однією з вирішальних складових ринкового механізму, що зумовлює прийняття виробниками і споживачами правильних рішень у виборі асортименту продукції і встановленні обсягів виробництва.

Підвищення попиту забезпечує зростання місткості ринку, а це, в свою чергу, визначає можливість реалізації такої кількості продукції, яка відповідає певному рівню сукупності елементів ринкового механізму: попиту, пропозиції та ціни. За умов зростання платоспроможності населення неодмінно відбудеться зниження пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції і в разі неспроможності забезпечення його наповнення продуктами власного виробництва може відбутися бум та ажіотаж і вирівнювання попиту і пропозиції доведеться забезпечувати завезенням продукції з-за кордону, що може призвести до монополізації внутрішнього ринку іноземними виробниками.

Пропозиція – сукупність товарів і послуг на ринку, які виробники готові продати за певними цінами [71]. Проте під кутом зору функціональних ознак попиту і пропозиції, пропозиція за своєю властивістю, начебто формує попит, через асортимент вироблених товарів і запропонованих послуг та ціни на них, тоді як попит зумовлює динаміку обсягів і структуру пропозиції за рахунок впливу на господарську діяльність виробників.

2.3. Регуляторні прояви множини функцій на ринку сільськогосподарської продукції

Однією з важливих особливостей ринку є надання самостійності, економічної свободи, рівності та вільного вибору поведінки господарюючим суб'єктам, незалежно від форми власності, в умовах яких товарний обмін обов'язково підпорядкований взаємній вигоді. Кожен з його учасників не хоче втрачати в процесі обігу, купівлі-продажу і прагне одержати більшу кількість потрібного йому товару на заміну свого. Ця наполегливість, хоча й виникає на ґрунті економічної самостійності і відокремленості інтересів кожного з учасників обміну, проте вона економічно обмежується діяльністю інституційної системи. Інститутами, що діють на ринку сільськогосподарської продукції, є закони, інфраструктурні елементи, організаційні структури, норми, установлені правила, традиції тощо, що створюють середовище в якому функціонує ринок. Інституційна система доповнює ринок, якоюсь мірою обмежує хаотичні і стихійні параметри його дії, а з іншого боку, виступає протипагою свавіллю й деформації розвитку ринкових відносин, чим сприяє меншій скованості поведінки товаровиробників, надаючи можливості більшої диверсифікації в просторі і часі.

Сутність і діяльність ринку сільськогосподарської продукції, як і будь-якого іншого виду ринку, повною мірою проявляється у функціях, які він виконує, а функції, зі свого боку, більш повно розкривають і його сутність. Функції – це особливі види прояву змін у діяльності суб'єкта, що відображають напрями або стан впливу на зв'язки й відносини між агентами ринку.

Автори словника іншомовних слів вважають, що поняття „функція” походить від латинського слова „*functio*” і дослівно означає виконання. Вони схиляються до того, що його трактування в економічній літературі може розглядатися як діяльність, обов'язок або призначення [265, с. 727]. Автори ж філософського словника поняття „функція” подають як зовнішній прояв властивостей будь-якого об'єкта в певній системі відносин [287, с. 389]. У радянському енциклопедичному словнику обидва ці трактування об'єднані і подаються як одне ціле [269, с. 1449].

Досить різнопланово і ґрунтовно подається тлумачення поняття „функція” авторами сучасного тлумачного словника української мови [277, с. 749-750]. На особливу увагу заслуговує їх підхід до розуміння бути в дії або діяти чи працювати у словосполученні з іншими іменниками, найперше

розуміється виконувати певну функцію чи відігравати певну роль, і вони прив'язують властивість і присутність функції в роботі кого-, чого-небудь, відводячи обов'язок чи коло діяльності для нього. З цього випливає, що розглядати процес прояву функції одного якогось елемента у системі взаємовідносин окремо є недоцільним.

Функціональна структура ринку сільськогосподарської продукції та його внутрішня динамічна діяльність забезпечуються сукупністю взаємодій окремих функцій, які надають йому статус ефективної саморегулюючої системи. У наукових джерелах та економічній літературі, залежно від наукового підходу вченого, можна зустріти цілу гаму функцій, що притаманні ринку сільськогосподарської продукції. Основними з них є: регулююча; стимулююча; посередницька; ціноутворююча; розподільна; інтегруюча; інформацій; санування; алокаційна; забезпечення безперервності суспільного відтворення; стабілізації і розвитку грошового обігу; зміцнення авторитету національної валюти; усунення диспропорцій між попитом і пропозицією; сприяння розвитку конкуренції; сприяння формуванню ринкової економічної моделі; оптимізації розподілу обмежених ресурсів; забезпечення ефективності виробництва; стимулювання науково-технічного процесу; забезпечення диференціації виробників; саморегулювання товарного виробництва; раціональності; еквівалентності; демократизації господарської діяльності.

У цій сукупності окремі з функцій виступають базовою конструкцією, навколо яких і для яких формуються другорядні. Залежно від специфіки та параметрів, змісту, обсягу та характеру впливу на стан відносин між виробниками і споживачами сільськогосподарської продукції, усі функції, на нашу думку, можна поділити на три групи – головні, допоміжні і супутнього впливу. У результаті кожна базова-головна функція через певний механізм, важелі і взаємодію з іншими базовими, допоміжними і супутньої дії реалізує свій вплив на залагодження протиріч і встановлення рівноваги відносин на ринку сільськогосподарської продукції, у ринковому середовищі і в цілому в економічній системі.

Спорідненою властивістю дії для всіх функцій ринку є те, що вони можуть, посилюючи одні, започатковувати або стимулювати інші і в такий спосіб проявляють цілеспрямований вплив на хід товарно-грошових відносин між учасниками ринку, в яких відбуваються стосунки відчуження та привласнення об'єктів власності, удосконалюючи та прискорюючи їх. Дія функцій на ринку сільськогосподарської продукції в разі можливого повторного відчуження або привласнення одних і тих же товарів є

рівнозначною за характером, але їх прояв уже спрямовується на зростання динаміки комерціалізації.

Витоками й засадою прояву функцій є обов'язкова наявність бази або місця в просторі і часі, де можуть відбуватися зустрічі учасників відносин. Саме елементи простір, час і учасники визначають формат та інтенсивність прояву функцій ринку. Активність і динамізм їх дії посилюється за безпосереднього контакту суб'єктів у процесі купівлі-продажу. В Інтернеті, засобах масової інформації, на аукціонах та мережі телебачення вони проявляють помітну силу лише в разі високого попиту на окремі товари, що пов'язано з їх дефіцитом або з високою обмеженістю ресурсів на їх виробництво.

Механізм дії функції на ринку сільськогосподарської продукції спрямовується на зниження витрат на одиницю продукції та підвищення її якості. Джерелом утворення інших чинників, що позитивно або негативно впливають на підвищення ефективності виробництва є сфера обігу. Тут проявляються державна економічна і соціальна політика, ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, якість і вартість продукції промислового походження, структурні зміни в економіці країни тощо (рис. 2.11).

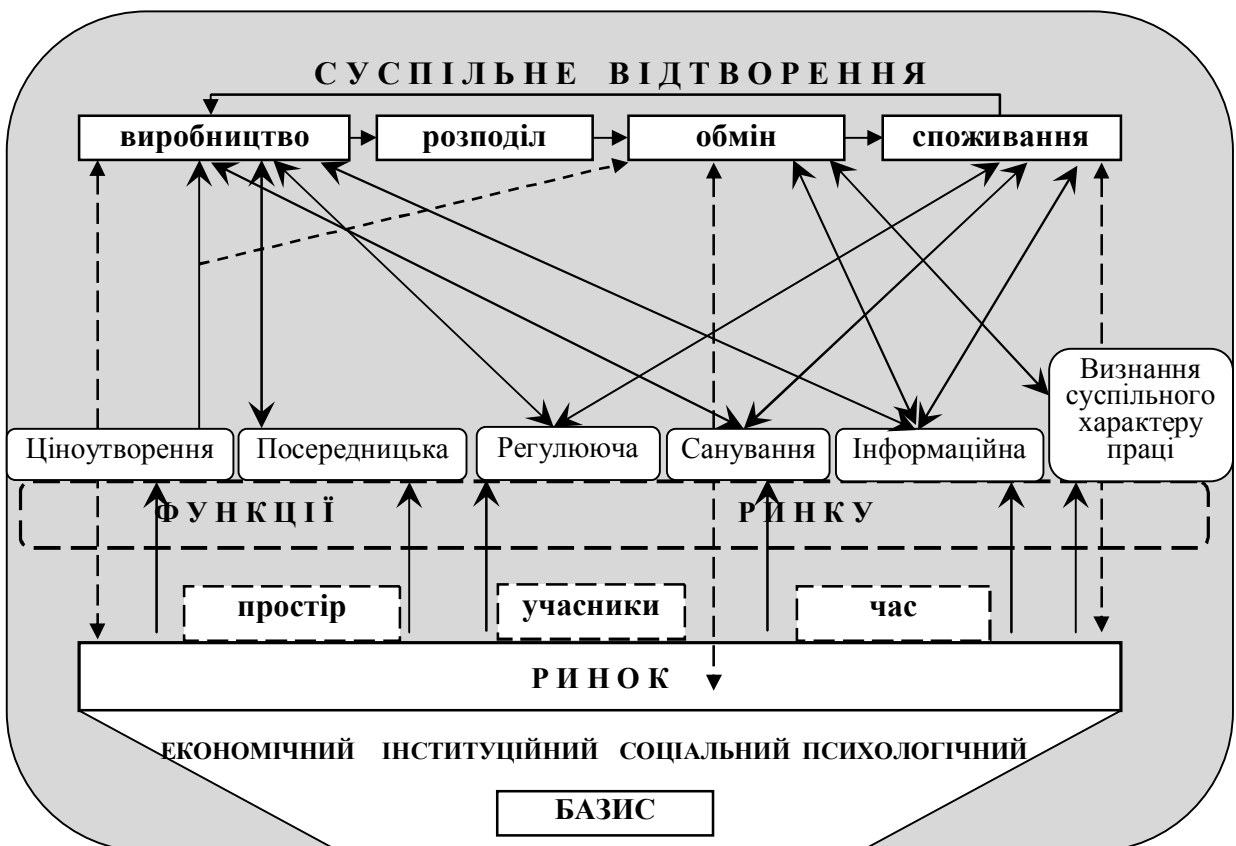


Рис. 2.11. Політекономічний аспект прояву дії функцій ринку сільськогосподарської продукції.

Ефективність діяльності виробників залежить від обсягів товарної продукції та ціни на неї, ціна ж значною мірою – від попиту і пропозиції на кожен окремий вид продукції, що виробляється товаровиробниками, її якості, каналів та строків реалізації тощо. Досліджуючи ефективність виробництва товарів на ринку, В. Парето дійшов висновку, що це такий стан ринку, при якому ніхто не може покращити свого становища, не погіршивши стану хоча б одного з учасників ринку.

Головними є функції ті, які відображають наявні сутнісні моменти об'єктивно необхідних зв'язків між попитом і пропозицією та забезпечують регулювання їх раціонального співвідношення. Зміст і дія цих функцій спрямовані на встановлення й забезпечення ефективного зв'язку і розвитку відносин між обсягами виробництва і споживання сільськогосподарської продукції, тобто між форматом виробництва і вибором та платоспроможною можливістю споживачів (рис. 2.12).

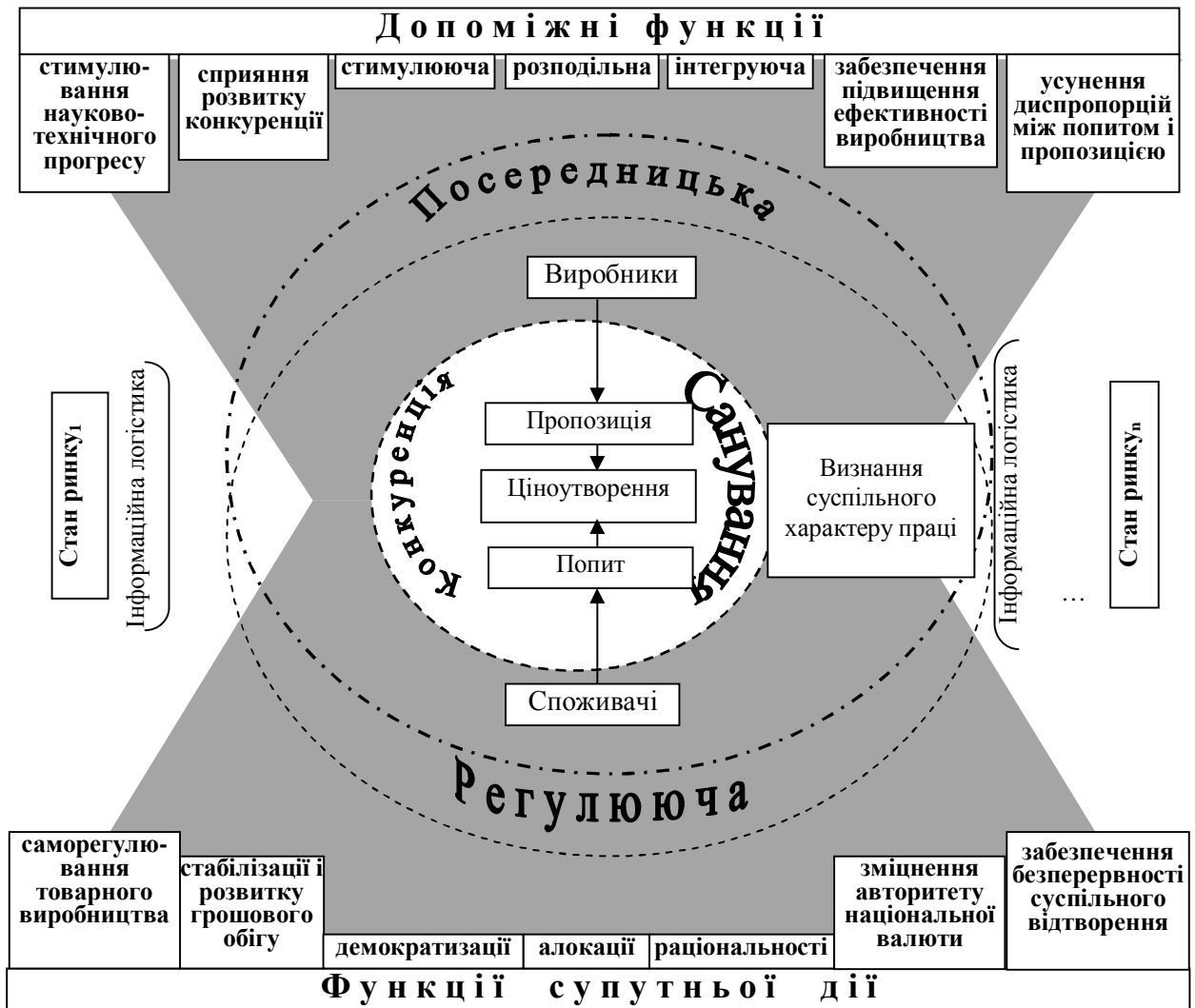


Рис. 2.12. Взаємодія функцій на ринку сільськогосподарської продукції.

Запити на обсяги й видову структуру продукції надходять від споживача сільськогосподарської продукції через роздрібну торгівлю, легку та харчову промисловість до аграрних товаровиробників, від них до виробників засобів виробництва і потім до виробників сировини. На запит постачальники сировини збільшують обсяги поставок виробникам засобів виробництва, які у свою чергу задовольняють потреби сільськогосподарських товаровиробників у засобах виробництва, сировині та матеріалах.

Стабілізуючи попит і пропозицію, не допускаючи ні дефіциту, ні перевиробництва, ринок виконує важливу інформаційну функцію (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Засади та механізм дії основних функцій ринку сільськогосподарської продукції

Функції ринку	Характер прояву	Механізм дії	Засіб, основа механізму
Посередницька	інформаційний, зацікавленості, привабливості	продукує умови обміну результатами діяльності виробників	Закон ринкової вартості
Регулююча	безпосередній, пропорційності збалансованості	установлює відповідність між обсягами виробництва продукції і сукупними потребами на неї на основі попиту та пропозиції	Закони: попиту і пропозиції; зростання потреб; Кейнса; зростаючої дохідності; насичення потреб; Госсена
Ціноутворення	безпосередній, зрівноваження, узгодженості	збалансовує затрати виробників і корисність товару на основі рівноваги платоспроможного попиту і пропозиції, де рішення виробників і покупців взаємно узгоджуються	Закони: конкуренції; вартості; попиту і пропозиції; Вальраса
Визнання суспільного характеру праці	безпосередній, оцінювання, еквівалентності,	виявляє умови виробництва та стимулює інноваційність, визначає суспільно необхідні затрати праці, встановлює розмір вартості товару	Закони: вартості; ринкової вартості; зростання продуктивності праці; нагромадження
Санування	безпосередній, жорсткий, безкомпромісний	очищає економічне середовище від неконкурентоспроможних виробників	Закон конкуренції
Інформаційна	попереджувальний, застережний, рекомендаційний	через ціни інформує виробників про те, що вигідно виробляти, а споживачів – де вигідніше купити	Закони: попиту і пропозиції; насичення потреб

Коли ринок надає інформацію товаровиробникам про попит на ту чи іншу продукцію та її пропозицію в просторі і часі, ціни на неї, то останні визначають обсяги, асортимент і місце збуту. Це дає змогу товаровиробникам постійно координувати власне виробництво у зв'язку зі змінами й умовами ринку. Тобто ринок виступає як регулятор обсягів виробництва продукції та її структури. У такий спосіб він формує відносини між виробниками і споживачами, окремими галузями народного господарства і здійснює регулювальний вплив на національну економіку країни загалом, при чому за його допомогою відбувається обмін товарів на основі еквівалентності.

За характером і послідовністю дій до головних функцій можна зарахувати: посередницьку, регулюючу, ціноутворення, визнання суспільного характеру праці, санування та інформаційну. Ці функції проявляють безпосередньо свою дію на ринку у відносинах між виробниками і споживачами сільськогосподарської продукції і у сфері обігу взагалі.

Динамічність цін на ринку сільськогосподарської продукції є його характерною рисою. Ціна є одним із найпростіших проявів доступної інформації для товаровиробників. Високі ціни свідчать про недостатню пропозицію, водночас низькі – про надлишок цього виду продукції порівняно з платоспроможністю населення.

Отже, інформаційна функція ринку має бути досить виваженою, щоб через коливання цін на сільськогосподарську продукцію дати їй виробникам об'єктивну інформацію та важливі відомості про суспільно необхідну кількість, асортимент і якість тих товарів, на які є попит споживачів і які необхідно виробляти товаровиробникам. Маючи цю інформацію, кожен господарюючий суб'єкт може легко оцінити свій стан на ринку, порівняти свої можливості з умовами і вимогами ринку і, відслідковуючи тенденцію розвитку подій на ньому, бути готовим своєчасно відреагувати зміною асортименту та кількістю продукції.

Регулююча функція, вдало використовуючи інтерес підприємця, певною мірою сприяє і залучає виробників до виконання суспільних зобов'язань попри те, хоче він цього чи ні. Свого часу економіст Адам Сміт з цього приводу писав: „Підприємець має на меті лише свою власну зацікавленість, переслідуючи свою власну вигоду, причому в даному випадку він невидимою рукою направляється до мети, яка зовсім не входила в його наміри. Переслідуючи свої власні інтереси, він часто більш дієвим способом служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається служити їм” [266, с. 25.].

В умовах взаємодії елементів ринкового механізму ринок дає відповідь на питання, що і скільки виробляти, для кого і як? Так відбувається вияв регулювальної функції виробництва та споживання продукту. Регулювальна функція тісно взаємодіє з інформаційною. Постійне коливання цін на ринку не менше подає інформацію товаровиробникам про стан і здійснює суттєвий вплив на сферу господарської діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Зростання ціни є сигналом до збільшення обсягу виробництва продукції і постачання її на ринок, а її зниження, відповідно, сигналізує про необхідність зменшення цих обсягів.

Таким чином, регулююча функція забезпечує саморегулювання товарного виробництва. Для кожного підприємця важливим є не лише реалізувати свій товар, а й одержати достатньо прибутку на вкладений ним капітал. І виробник буде виробляти той вид продукції, на який є більший попит і який більше приносить йому прибутку.

Ринок виступає посередником між виробниками і споживачами, даючи їм можливість знайти найвигідніший варіант купівлі-продажу. Виконуючи функцію посередника, ринок створює умови обміну результатами їх діяльності. Він налагоджує зв'язки між виробниками і споживачами і цим самим прискорює й полегшує рух продукції від одних до інших. Ринок допомагає підприємствам-виробникам у просуванні, збуті і розповсюдженні їхніх товарів серед споживачів.

Ринок як посередник постає у статусі трьох форм корисності: місця, часу і торгівлі. Виступаючи ініціатором обміну, ринок своєю посередницькою функцією забезпечує виробникам і споживачам рівну доступність у реалізації своїх дій і досягненні мети у зручному місці і в потрібний час, спрощує процес обміну. Будучи посередником, він забезпечує налагодження численних контактів між виробниками і споживачами, які за інших умов не можуть бути здійсненими. Лише у форматі ринку, за його посередництва, створюються сприятливі умови для достатнього розвитку конкуренції і споживач може вибрати собі вигідного постачальника, а продавець – покупця, який найкраще йому підходить.

Лише на ринку за наявності його суб'єктів і розвитку між ними стосунків з приводу купівлі-продажу товару проявляється функція ціноутворення. Внаслідок взаємодії виробників і споживачів, а відтак пропозиції і попиту на товари, як відображено в моделі алгоритму, відбувається спрямування дії учасників ринку на результат у досягненні вигоди, тобто баланс зацікавленості сторін, шляхом зіставлення затрат виробників і корисності запропонованого товару для споживачів.

Отже, на ринку сільськогосподарської продукції процес ціноутворення є вільним, що відбувається на ґрунті взаємодії платоспроможного попиту і реальної пропозиції, під впливом дії законів вартості, попиту і пропозиції та за умови дії іншого важливого елемента – конкуренції.

Важливим є прояв функції ринку, що визнає суспільний характер праці. Особливістю її дії є те, що суспільне визнання праці, втіленої в товарі, відбувається за межами аграрного виробництва, у сфері обміну на ринку сільськогосподарської продукції, тоді, коли продукція продана. Лише ринок здатний визначити, які умови виробництва та суспільно необхідні затрати і на основі цього встановити розмір вартості товару. Вона не є постійною, перебуває під впливом низки чинників і може бути різною в просторі в той самий час, але може знижуватися на основі зростання продуктивності праці.

На ринку сільськогосподарської продукції основою для встановлення суспільно необхідних затрат праці слугують підприємства, де організовано масове виробництво певного виду продукції і які постачають на ринок великі партії своїх товарів, або велика кількість однотипної продукції, що продукується групою товаровиробників.

Зменшення затрат часу на одиницю продукції є одним із найважливіших чинників виживання на ринку сільськогосподарської продукції і той, хто ігнорує це правило ринкової економіки, ризикує стати банкрутом. Суспільно-необхідні затрати праці не є однаковими для регіонів і навіть для окремо взятих підприємств й залежать від рівня вартості робочої сили та ціни на наявні у підприємств необхідні для виробництва ресурси. За таких умов відбувається формування ринкової вартості товарів на ринку сільськогосподарської продукції. Створена споживча вартість у сільському господарстві перетворюється на товар лише після визнання її суспільством (після продажу), можна зробити висновок, що споживач здійснює контроль над виробником.

Дія функції санування проявляється через конкуренцію у сфері обігу за найвигідніші умови збуту і за вищий рівень цін на продукцію. Вона очищає ринкове середовище від економічно неефективних суб'єктів господарювання, виробників неконкурентоспроможної продукції і в такий спосіб сприяє можливості піднесення ефективних товаровиробників. Проявляючи дію у сфері обігу, конкуренція виконує роль регулятора обсягів виробництва, вимагає підвищення якості продукції і зниження витрат на її одиницю, спонукаючи виробників активно впроваджувати науково-технічні досягнення, удосконалювати технологію і покращувати організацію праці та знижувати непродуктивні витрати. Завданням конкуренції є посилення функції регулювання та створення виробникам відповідних умов для

завоювання ринку у боротьбі за споживача та забезпечення одержання сталого прибутку. Товаровиробники ж відповідно зобов'язані вживати комплекс послідовних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного та соціального характеру, спрямованих на виведення свого господарства на рівень прибутковості та конкурентоспроможності. Розраховувати на державну підтримку підприємству, продукція якого не знаходить свого покупця на ринку сільськогосподарської продукції, є недоречним і безперспективним. Для таких виробників характерними є слабо підготовлений управлінський персонал, втрата капіталу та дієвості виробничого потенціалу через його руйнацію, незадовільна структура балансу, неплатоспроможність, кредиторська заборгованість тощо. Таке підприємство, як правило, займається виробництвом продукції, що не відповідає пріоритетним напрямкам економіки країни. Товаровиробники, які не вживають ефективних заходів щодо інтенсифікації виробництва і не намагаються на цій основі досягти зниження індивідуальних витрат, зазнають збитків і стають банкрутами.

До допоміжних функцій, на нашу думку, слід зарахувати стимулюючу, розподільчу, інтегруючу, сприяння розвитку конкуренції, стимулювання науково-технічного процесу, усунення диспропорцій між попитом і пропозицією, забезпечення підвищення ефективності виробництва.

Зазначені функції сприяють, спонукають або створюють підґрунтя для нормалізації відносин на всіх стадіях виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ завдяки сприянню або посиленню дії основних функцій ринку.

Стимулююча функція, що посилює дію регулюючої, у запропонованій класифікації віднесена до допоміжних. Її прямого впливу на виробників сільськогосподарської продукції немає. Зате діючи на ґрунті прояву закону вартості і закону попиту, вона орієнтує виробників у діяльності на перспективу, стимулює виробництво необхідних споживачам товарів, створює мотивацію плідної ефективної праці, що забезпечує високі кінцеві результати. Її роль на ринку сільськогосподарської продукції проявляється у спонуканні виробників і споживачів до одержання вигоди через сферу обігу (рис. 2.13).

Ринок, удосконалюючи відносини та асортимент продажу, посилюючи вимоги щодо вищої якості продукції та рівня її запасів, виявляє уподобання споживачів і спонукає виробників виробляти той вид продукції, який користується вищим попитом. Цим самим стимулююча функція створює сприятливі умови для розширення обсягів виробництва необхідних

споживачам товарів, сприяє мотивації плідної ефективної праці, що забезпечує високі кінцеві результати.

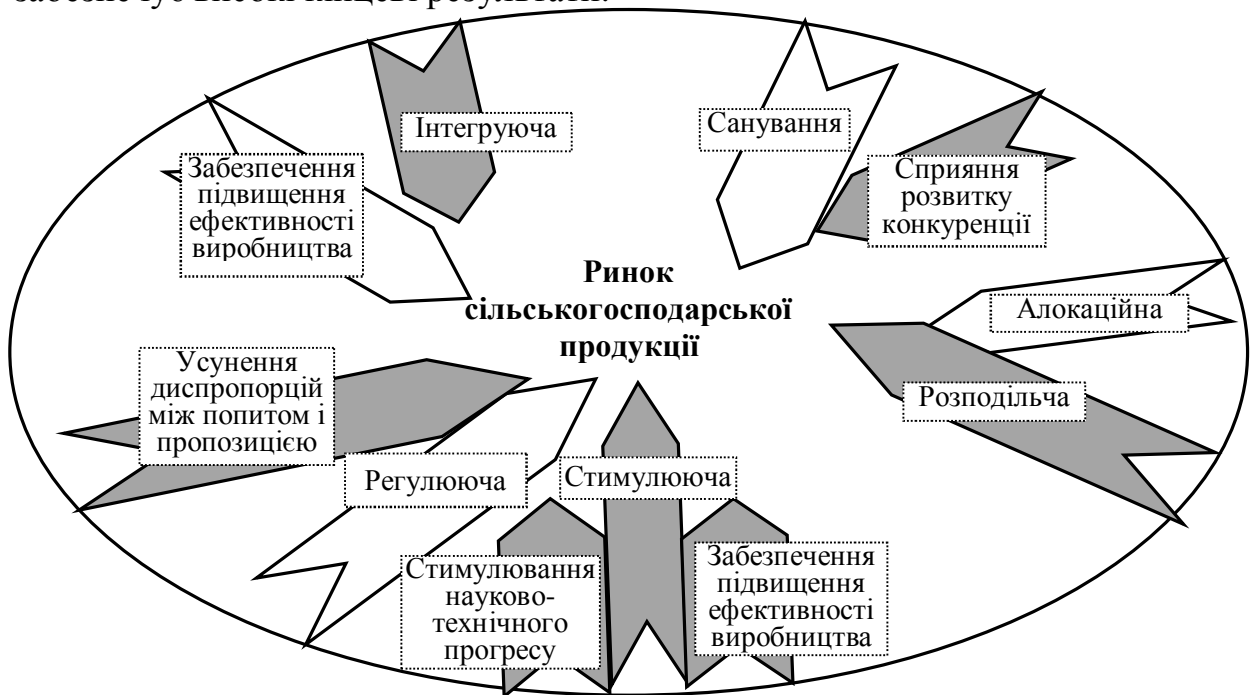


Рис. 2.13. Модель прояву та взаємодії допоміжних функцій ринку сільськогосподарської продукції.

Стимулююча функція може суттєво змінювати сегментацію ринку сільськогосподарської продукції, використовуючи навіть замінні види продукції, які є за ринковою вартістю нижчими (табл. 2.2).

У разі високого попиту на певний вид продукції з боку споживачів ринок через функцію стимулювання спонукає виробників навіть до зміни структури їх виробництва на перспективу. Ця ж функція, на рівні стадії обміну, спонукає товаровиробників, щоб зацікавити покупців, маніпулювати ціною, пропонувати споживачам товар більшого розфасування, краще упакований, представляти сертифікати якості на нього та запроваджувати систему знижок покупцям в разі купівлі більшого обсягу конкретного товару.

Стимулююча функція інколи окреслює перспективу зниження ціни на товар, тоді виробники змушені скорочувати виробництво і шукати способи зниження індивідуальних затрат на певний вид продукції впровадженням інновацій, передової техніки, технологій та організації виробництва, тобто підвищенням конкурентоспроможності продукції. За умов підвищення ціни споживачі змушені відшукувати додаткові доходи і проявляти вищу трудову активність, щоб бути платоспроможними.

**Засади та механізм дії допоміжних функцій ринку
сільськогосподарської продукції**

Функція ринку	Характер прояву взаємодії з іншими функціями	Механізм дії	Засіб, основа механізму
Стимулююча	посилює регулюючу функцію	стимулює виробництво необхідних товарів, створює мотивацію плідної ефективної праці, забезпечує високі кінцеві результати	Закони: вартості; попиту; нагромадження; зростаючої дохідності; економії часу
Розподільча	посилюється алокаційною	збалансовує розвиток галузей на основі розподілу ресурсів, забезпечує розподіл кінцевих товарів і послуг у суспільстві	Закони: нерівномірності економічного розвитку; пропорційності; спадної віддачі; зростання граничних витрат
Інтегруюча	посилює дію функції забезпечення підвищення ефективності виробництва	об'єднує суб'єкти економічної системи в єдине ціле, сприяє формуванню єдиного економічного простору	Закон прискореного розвитку економічних систем
Сприяння розвитку конкуренції	посилює функцію санування	створює виробникам відповідні умови для завоювання ринку в боротьбі за споживача, забезпечує отримання сталого прибутку	Закони: ринкової вартості; конкуренції
Стимулювання науково-технічного прогресу	поєднується із стимулюючою	заохочує зростання продуктивності праці і якісне виконання робіт на основі вкладання капіталу і впровадження науково-технічного прогресу та енергоощадних технологій	Закони: неухильного зростання продуктивності праці; Тугана – Барановського; зростання потреб
Усунення диспропорцій між попитом і пропозицією	посилює регулюючу функцію	зниженням ціни заохочується попит і підвищенням стимулюється пропозиція	Закон попиту, закон пропозиції
Забезпечення підвищення ефективності виробництва	поєднується із стимулюючою	стимулює зниження витрат на одиницю продукції та підвищення її якості	Закони: ринкової вартості; вартості

Таким чином, ринок, з одного боку, стимулює економічний інтерес виробників до пошуку шляхів зростання прибутку, а з іншого – споживачів до пошуку додаткових джерел платоспроможності. Отже, функція стимулювання за допомогою цін заохочує виробників до виготовлення саме

тих товарів, які необхідні споживачу, а також націлює їх на лояльне ставлення до споживачів та певні поступки й компроміси. Споживачів же вона заохочує до знаходження інших джерел доходів.

Функція розподілу на ринку сільськогосподарської продукції спрямовує свою дію на розподіл доходів пропорційно використаним ресурсам, основними з яких є земля, капітал і праця. Саме ринковий механізм, без державного втручання, здійснює раціональний розподіл доходів сільськогосподарських товаровиробників у галузі, з яких вони залучають ресурси, для вирішення проблеми економічного їх зростання. Тобто ринок за допомогою функції розподілу парцелює доходи пропорційно участі окремої професії або галузі, які безпосередньо чи опосередковано стають партнерами у виробництві сільськогосподарської продукції. Характерною особливістю розподілу доходів безпосереднього виробництва є те, що він значною мірою здійснюється до початку процесу такого виробництва, оскільки процес безпосереднього виробництва передбачає відповідний попередній розподіл основних факторів виробництва між його суб'єктами і детермінує роль суб'єктів у виробництві незалежно від результату діяльності, який у свою чергу у сільському господарстві піддається високому ризику за можливих несприятливих кліматичних умов.

Дбаючи про зміцнення своїх доходів, сільськогосподарські товаровиробники, формуючи ресурси для здійснення процесу свого виробництва, намагаються купувати їх за нижчою ціною або замінити дешевшими, наприклад найняти працівників, запропонувавши їм нижчу оплату праці, віднайти дешевший кредит тощо, керуючись так званим оптимумом за висновком Парето, що неможливо поліпшити стан і добробут суб'єкта, не завдавши шкоди хоча б одному з учасників ринку.

Суть розподільної функції зводиться до перерозподілу доходів на відшкодування витрат виробником і формування доходу на затрачені ресурси під час виробництва сільськогосподарської продукції. З цією метою суб'єкти господарювання мають дбати про постійне підвищення ефективності свого виробництва, щоби їх індивідуальні витрати знижувалися в динаміці і були нижчими за суспільно необхідні. У такому разі їхня продукція буде конкурентоспроможною і не буде загрози банкрутства. А це означає, що ринок через розподільну функцію ставить до виробників вимогу ведення господарської діяльності на раціональній основі.

На ринку сільськогосподарської продукції ціна диференціює доходи товаровиробників, чим і зумовлюються різні їх доходи. У результаті відбувається соціальне розшарування суспільства за матеріальними благами.

Успішним забезпечуються умови для подальшого їх стабільного розвитку виникає загроза функціонуванню невдалих.

Таким чином, ринок сільськогосподарської продукції через функцію розподілу формує еквівалентні, тобто економічно відповідні, відносини в усіх галузях виробництва, на всіх рівнях господарського життя стосовно власності та участі суб'єктів у процесі створення матеріальних благ, у тому числі культивує знання, підвищує вимогливість до зростання професійності та компетентності і зумовлює творче ставлення до праці. Принцип „від кожного – за здібностями, кожному – за працею” здійснюється лише в середовищі, де панують закони товарного виробництва.

Інтегруюча функція є допоміжною і посилює дію функції забезпечення підвищення ефективності виробництва. Вона зумовлює об'єднання суб'єктів економічної системи в одне ціле і сприяє формуванню єдиного економічного простору як на місцевому рівні, так і локальному в межах окремого регіону країни. Інтеграція охоплює широке коло виробничо-технологічних, соціально-економічних та господарсько-правових питань, забезпечуючи вдосконалення системи ринкових відносин, в умовах яких впроваджуються нові засоби виробництва, змінюється технологія і забезпечується безперервність здійснення технологічного процесу від початку виробництва продукції у підприємствах як сировини для переробних підприємств до одержання ними готового продукту.

Таким чином, інтеграція в аграрному секторі, яку стимулює ринок, – це широкий комплекс заходів, який спрямований на вирішення питань розвитку не лише сільського господарства, а й інших галузей національної економіки, прямо чи опосередковано пов'язаних із виробництвом кінцевого продукту, де їх інтереси з цієї проблеми тісно переплітаються і взаємодоповнюють один одного.

Прикладом прояву дії інтегруючої функції ринку є бурякоцукрове виробництво, де розкриваються надзвичайно тісні зв'язки між підприємствами-виробниками цукрових буряків і заводами з їх переробки. Для безперервності процесу виготовлення кінцевого продукту ринок через інтегруючу функцію спонукає до укрупнення й концентрації виробництва з метою підвищення стійкості формування сировинної бази, з одного боку, а з другого – посилення технологічних зв'язків товаровиробників сировини з переробними підприємствами, які спільно виготовляють кінцевий продукт – цукор. Аналогічне формування і розвиток інтеграційних зв'язків відбувається у виноградарському, зерновопродуктовому, олійному та інших підкомплексах, які пов'язані між собою безперервним потоком виробництва і переробки сільськогосподарської сировини з метою одержання продуктів

харчування. Інтегруюча функція ринку стимулює зв'язки підприємств переробки з іншими організаціями, які можуть представляти їх інтереси на світовому ринку.

Через торгівлю відбувається прояв взаємовідносин і економічне зближення країн на світовому рівні, в умовах яких і під дією міжнародного ринку формуються інтеграційні міжнародні зв'язки. Цей процес відбувається через взаємодію окремих фірм, підприємств та окремих товаровиробників сусідніх країн на основі формування різносторонніх економічних відносин між ними, в тому числі створення філіалу за кордоном. Саме через міжфірмові та зв'язки між підприємствами народжуються необхідні міждержавні взаємовідносини, у результаті яких створюються цілісні міжнародні регіональні господарські комплекси з єдиною інфраструктурою та спільними економічними завданнями.

Найпростіша і найбільш розповсюджена форма економічної інтеграції між сусідніми країнами – зона вільної торгівлі. Створення зони вільної торгівлі посилює конкуренцію на внутрішньому ринку між національними і закордонними виробниками, що, з одного боку підвищує ризик банкрутства неконкурентоспроможних підприємств, а з іншого – є стимулом до вдосконалення виробництва на засадах запровадження інноваційних нововведень.

Функція сприяння розвитку конкуренції створює виробникам сільськогосподарської продукції відповідні умови для завоювання ринку в боротьбі за споживача та забезпечення отримання сталого прибутку. Особливо помічною є ця функція для недостатньо економічно міцних і дрібних товаровиробників в умовах недосконалої та монополістичної конкуренції, коли їм створюються жорсткі бар'єри для входження на ринок або відчутно обмежуються їх підприємницькі дії з боку неформальних посередницьких структур.

Не завжди ринок сільськогосподарської продукції спроможний самостійно протистояти таким діям, явищам і системам. У зв'язку з цим, як засвідчує досвід розвинутих країн з ринковою економікою, виникає потреба у захисті конкурентного середовища державними засобами. Основною умовою застосування інституційними установами держави засобів суб'єктивного характеру, завдяки вмілому використанню положень законів, організаційних структур, норм, установлених правил та традицій, є забезпечення оптимальної відповідності функціонування різних видів конкуренції на ринку, не допускаючи між ними прояву жорсткої боротьби та не ослабляючи сукупних позитивних рис конкуренції. Заразом, необхідно обов'язково усунути випадкових посередників, які своїми діями і тиском не

допускають на ринок реальних національних товаровиробників, чим порушуються товарно-грошові відносини у сфері обігу і знижується ефективність роботи фінансово-кредитної та податкової систем.

У контексті захисту добросовісної конкуренції, за якої мали б дотримуватися правові й етичні норми між учасниками ринку, було прийнято Закон України „Про захист від недобросовісної конкуренції”, який визначав правові засади захисту господарюючих суб’єктів і споживачів від недобросовісної конкуренції. Він спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції під час здійснення підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин [50 с. 281]. Відповідно до положень цього закону елементами недобросовісної конкуренції є технічний шпіонаж, підкуп працівників конкурента, самовільне використання товарних знаків конкурентів, копіювання оформлення продукції конкурентів тощо, тобто використання конкурентами дій, спрямованих на обмеження вільного підприємництва конкурентів.

Особливо дія положень закону спрямовується на не допущення неправомірного використання ділової репутації господарюючого суб’єкта конкурента. Положеннями закону забороняється дискредитація господарюючих суб’єктів поширенням у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов’язаних із діяльністю господарюючого суб’єкта, які завдають або могли б завдати йому економічної шкоди та шкоди його діловій репутації. Не допускається у примусовому порядку виробництво й продаж асортименту продукції, яка не потрібна споживачу. Положеннями названого закону також забороняється схиляти споживачів до бойкоту продукції господарюючого суб’єкта-конкурента та постачальників, до дискримінації покупців, схиляння господарюючого суб’єкта до розірвання договору з конкурентами та підкуп працівника постачальника і працівника покупця.

Зміцнення й утримання позиції виробником на ринку і покращання існуючого його становища забезпечується проявом дії функції ринку сільськогосподарської продукції – стимулювання науково-технічного прогресу. Відповідно до її дії і для створення сприятливих умов своєї діяльності товаровиробники повинні намагатися знизити індивідуальні витрати на виробництво і реалізацію своєї продукції. Найбільш дієвим прямим засобом зниження індивідуальних витрат виробників у межах технологічного процесу виробництва є впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Науково-технічний прогрес проявляється тоді, коли впровадження нових засобів дає змогу виробляти більше продукції з

попередньої кількості факторів виробництва, або коли попередній обсяг продукції можна виробляти з меншими затратами факторів [259, с. 172].

Функція ринку сільськогосподарської продукції стимулювання науково-технічного прогресу заохочує товаровиробників до підвищення продуктивності праці, якісного виконання робіт на основі використання нових засобів виробництва і впровадження енергоощадних технологій. Саме науково-технічний прогрес, зумовлений дією об'єктивних економічних законів, насамперед закону зростання потреб, усупільнення виробництва і праці, передусім поширюється на систему продуктивних сил [71]. Впровадження принципово нової техніки у процес виробництва безпосередньо впливає на предмети праці і зумовлює якісні зміни у змісті праці людини, головної продуктивної сили, де відбувається гармонійне поєднання розумових, фізичних і психологічних її якостей. Високий професійний рівень у сукупності із використанням високопродуктивних нових засобів дає змогу радикально підвищити рівень продуктивності праці і на цій основі знизити собівартість продукції та підвищити дохідність виробника. Таким чином, дія функції ринку сільськогосподарської продукції сприяння розвитку науково-технічного прогресу спрямовується насамперед на зміцнення дії функції санування.

На ринку сільськогосподарської продукції час від часу можуть проявлятися диспропорції і порушення раціональних співвідношень виробництва та споживання сільськогосподарської продукції, внаслідок чого порушується перебіг процесу обміну. У разі недостатньої кількості продукції на ринку може відбуватися хвилювання, суперечлива та неадекватна поведінка споживачів, чим нагнітається ажіотаж і зростає попит на певний вид продукції, що зумовлює різке збільшення цін на неї. Диспропорції можуть мати тимчасовий характер, будучи пов'язаними з частковим порушенням процесу обігу, тобто нерівномірністю поставки продукції на ринок, і тривалий, як результат надзвичайних ситуацій у сільськогосподарському виробництві. За надзвичайних умов ринок сільськогосподарської продукції є здатним елімінувати диспропорції збільшенням обсягів пропозиції основних продуктів харчування на локальному рівні за рахунок свого або інших регіонів. У разі зниження ціни заохочується попит, що стає не вигідним для товаровиробників, у яких є надмірні запаси продукції. Ця продукція може бути розподілена в інші регіони, де на неї підвищений попит. Таким чином, ринок сільськогосподарської продукції на певному етапі, особливо у момент зміни кон'юнктури та наростання ажіотажу навколо окремого виду продукції, проявляє дію функції усунення диспропорцій між попитом і пропозицією.

Мета будь-якого господарюючого суб'єкта спрямовується на одержання прибутку й підвищення ефективності своєї діяльності. Проте одержати за будь-яку ціну прибуток підприємству в ринкових умовах є ризиковано, оскільки може бути негативний вплив зовнішніх чинників, наприклад несприятливі кліматичні умови, наявність значної кількості конкурентів аналогічного виду продукції або підвищення цін на сировину і матеріали промислового походження. За таких обставин відбудеться порушення раціональності і збалансованості у господарських діях будь-якого суб'єкта.

Проте сьогодні підприємство може збільшити прибуток не лише за рахунок покращання своєї діяльності організаційними заходами, спрямованими на зростання обсягів виробництва та зниження собівартості, чи на основі виробництва рентабельних видів продукції. Цього можна досягти й за рахунок випадкового зростання цін на його види продукції або зниження ціни на сировину і матеріали, покращання якості продукції без додаткових затрат та за рахунок потрапляння продукції підприємства в колію кон'юнктури ринку тощо. Тому ринковий механізм, який демонструє унікальні властивості і здатен урегулювати збалансованість платоспроможного попиту і пропозиції, не може гарантувати виробнику високоефективне виробництво. Досягти його можна лише за рахунок відповідної позитивної дії сукупності чинників і спрямованої дії всіх функцій ринку сільськогосподарської продукції, оскільки ефективність є похідною від них.

Отже, функція ринку сільськогосподарської продукції, підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських товаровиробників, будучи похідною від дії багатьох функцій, набуває статусу лише допоміжної. Але ринок, через допоміжну функцію підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, ставить до товаровиробників вимоги щодо підвищення результатів їх діяльності за рахунок запровадження у виробництво високопродуктивної техніки та обладнання, новітніх технологій, використання якісних матеріалів та енергоносіїв, підвищення кваліфікації працівників та вдосконалення організації праці.

На ринку сільськогосподарської продукції відповідно до специфіки дії окремих економічних законів проявляють ознаки функції супутнього впливу, зокрема: стабілізації і розвитку грошового обігу, алокації, раціональності, забезпечення безперервності суспільного відтворення, зміцнення авторитету національної валюти, саморегулювання товарного виробництва, демократизації господарської діяльності та еквівалентності розвитку галузей народного господарства (табл. 2.3).

**Засади та механізм дії функцій супутнього впливу на ринку
сільськогосподарської продукції**

Функція ринку	Характер прояву	Механізм дії	Засіб, основа механізму
Стабілізації і розвитку грошового обігу	стабільність грошового обігу	розрахунки у реалізації товару забезпечують неперервний рух грошей у сфері обігу відповідно до обсягів реалізованої продукції	Закони: грошового обігу; єдності товарного і грошового обігу; Грешема
Раціональності	алокації	за допомогою найефективнішої комбінації ресурсів передбачає зменшення факторів виробництва і трансакційних витрат обігу	Закон спадної віддачі
Алокації	посилює розподільчу функцію	через цінову політику забезпечує максимальний прибуток, покращання якості, рух та переміщення факторів виробництва	Закони: попиту і пропозиції; відносної рідкості ресурсів
Забезпечення безперервності суспільного відтворення	посилює стимулюючу функцію	попит зумовлює виробництво, а вироблений продукт знайде свого споживача, що потребує формування необхідних пропорцій в економіці	Закони: насичення потреб; зростаючої дохідності
Зміцнення авторитету національної валюти	посилює визнання суспільного характеру праці	зближення індивідуальних витрат із суспільно необхідними утворює стабільність цін на товари	Закони: вартості; інтернаціоналізації обігу
Саморегулювання товарного виробництва	посилює регулюючу функцію	через механізм попиту та пропозиції, витрат і вигод вирішується проблема обмеженості ресурсів і визначається що, як і для кого виробляти	Закони: пропорційності; суспільного поділу праці; Вальраса
Еквівалентності розвитку галузей народного господарства	посилює визнання суспільного характеру праці	створює умови для зменшення диспропорції між цінами на продукцію промисловості і сільського господарства	Закони: нерівномірності економічного розвитку; циклічного розвитку економіки
Забезпечення розвитку і вдосконалення міжгосподарських зв'язків	посилює регулюючу функцію	забезпечує процес розвитку продуктивних сил та економічних відносин	Закон інтернаціоналізації виробництва
Демократизації господарської діяльності	сприяє усуненню диспропорцій між попитом і пропозицією	робить непотрібним втручання адміністративної влади, відсторонює командно-розподільчі її засади	Закони: одержавлення економіки; Парето
Гарантованого забезпечення споживача благами	посилює регулюючу функцію	визнає споживача як центральну фігуру ринку в якості індивідуума, члена трудового колективу, члена певної соціальної групи і як члена єдиного суспільства	Закони: насичення потреб; зростання потреб

У процесі обміну на ринку сільськогосподарської продукції відбувається заміна товарів на гроші. „Гроші, які мають найвищу ліквідність легко і швидко можуть бути перетворені на товари...” [71]. Розраховуючи готівкою за товари відповідно до обсягів реалізованої продукції у процесі купівлі та продажу, споживачі звільняються від грошей, які вони одержали як винагороду за працю, пенсії, стипендії тощо, і таким чином через сферу обігу забезпечують безперервний їх рух.

Здійснюючи безперервний рух у сфері обігу, гроші виконують функції засобів обігу і засобів платежу. Кількість грошей, що перебуває в обігу, визначається законами грошового обігу.

Ринок сільськогосподарської продукції, забезпечуючи рівновагу та збалансованість попиту і пропозиції, зумовлює в обігу певну грошову масу, яка відповідає сумі цін товарів, що представлені на ринку виробниками, і купівельній та платіжній спроможності суб'єктів господарської діяльності та окремих осіб.

Зрівнюючи адекватно пропозицію виробників і попит споживачів у ціновому форматі, ринок сільськогосподарської продукції на основі дії закону єдності товарного і грошового обігу виконує функцію стабілізації й розвитку грошового обігу (рис. 2.14).

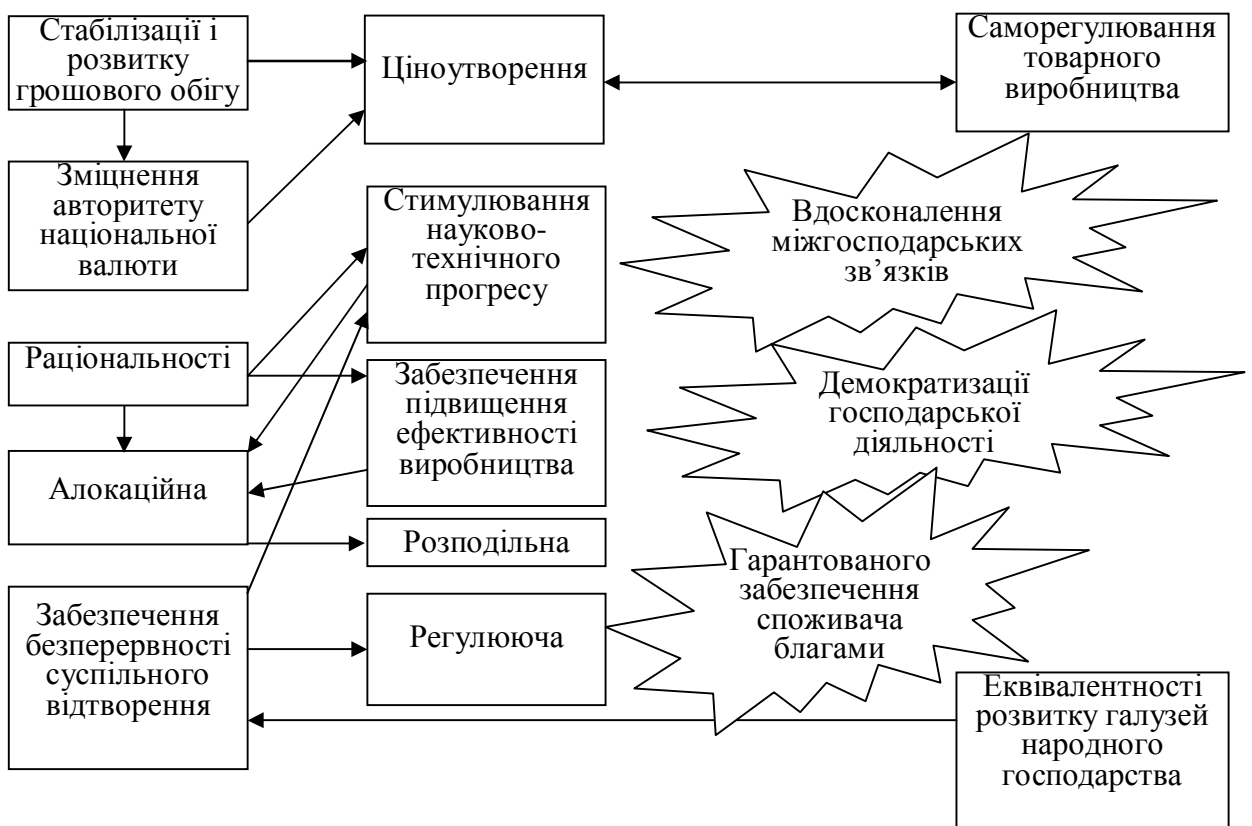


Рис. 2.14. Форми прояву взаємозв'язків функцій супутнього впливу на ринку сільськогосподарської продукції.

Функція стабілізації і розвитку грошового обігу ринку сільськогосподарської продукції генерує розвиток функції зміцнення авторитету національної валюти за допомогою зниження індивідуальних витрат і зрівнювання їх із суспільно необхідними. У такий спосіб утверджується стабільність цін на товари, забезпечуються стабільність національної грошової одиниці і зміцнення її на міжнародному рівні. Функція зміцнення авторитету національної валюти у взаємодії із функцією стабілізації розвитку грошового обігу посилюють дію основної функції ринку сільськогосподарської продукції – ціноутворення. Стабілізація системи грошового обігу на основі утримання рівня сталої грошової одиниці забезпечує її міцне становище в емісійній, бюджетній і кредитній політиці, що є важливою умовою забезпечення свободи й вигоди вибору споживача. Зменшення коливань валютного курсу національної валюти відображає стійке економічне становище країни на світовому ринку і сприяє її ефективній зовнішньоторговельній діяльності.

З іншого боку, девальвація національної валюти змінює співвідношення між внутрішніми і світовими цінами, що суттєво впливає на зовнішньоекономічне становище країни. Підприємства, що експортують сільськогосподарську продукцію, в умовах девальвації валюти виграють, оскільки вони мають змогу знижувати експортні ціни в іноземній валюті, що сприяє витісненню з ринку виробників інших країн. Тоді як для імпортних товарів підвищується ціна в національній валюті, зменшується попит на них і це обмежує експорт сільськогосподарської продукції з інших країн. У разі високого коливання курсу національної валюти загострюються відносини між окремими країнами, що призводить до торгових і валютних війн.

Обсяги створення сільськогосподарської продукції значною мірою визначаються якістю здійснення технологічного процесу та форматами і якісними характеристиками залучених факторів, найважливішими з яких є земля, праця і капітал. Раціоналізм кожного господарюючого суб'єкта полягає в тому, щоб виробити продукт з найменшими затратами ресурсів, забезпечити високу його конкурентоспроможність і задовольнити вимоги ринку й потреби споживачів та одержати високий зиск. Досягти цього можна лише на основі впровадження науково-технічного прогресу за умови найефективнішої комбінації ресурсів, зменшуючи їх кількість і відповідно здешевлюючи продукцію. Проблема підвищення ефективності використання ресурсів зумовлена їх обмеженістю. Тим більше, що дія функції раціоналізму на ринку сільськогосподарської продукції особливо важливою є в контексті дії закону спадної віддачі ресурсів, за яким кожний наступний граничний продукт зменшується з розрахунку на кожен наступний

одиницю застосованого змінного ресурсу. Ця обмеженість змушує вести пошук способів найраціональнішого їх використання, узгоджувати можливості з цілями і потребами.

Таким чином, дія функції раціоналізму націлює товаровиробників на зниження індивідуальних витрат на виробництво продукції за допомогою найефективнішої комбінації ресурсів та зменшення кількості факторів, що активізує прояв алокаційної функції ринку сільськогосподарської продукції в умовах обмеженості ресурсів.

Алокаційна функція сигналізує товаровиробникам про потребу передачі ресурсів з однієї лінії виробництва до іншої. Якщо, наприклад, попит на гречку, через низку причин, суттєво підвищився, то ціна на неї різко зростає відносно ціни на сою. Це показує, що певну частину ріллі, як ресурсу, доцільно засіяти гречкою, і товаровиробники роблять таку зміну. Або, наприклад, якщо доходи від виробництва продукції молочного скотарства зростають швидше, ніж від виробництва яловичини, то це змушує працівників галузі м'ясного скотарства зайнятися виробництвом молока.

В умовах ринкової економіки алокація як явище залежить від рівня ціни і проявляється під впливом попиту і пропозиції товару. Тому ціна є підґрунтям для прояву алокаційної функції, яка хоча і є функцією супутнього впливу, але є сигналом і підставою товаровиробникам для прийняття економічних рішень з раціонального розміщення та використання обмежених ресурсів.

Важливою функцією ринку сільськогосподарської продукції супутнього впливу є функція забезпечення безперервності суспільного відтворення. Ця функція посилює дію регулюючої в напрямі відповідності між обсягами виробництва і сукупними потребами. Кожен вироблений продукт знайде свого споживача на ринку сільськогосподарської продукції і відбувається задоволення матеріальними благами їхніх потреб. Потреби споживачів спонукатимуть виробників до виробництва нового продукту, і процес обміну повториться.

За типом простого відтворення виробництво сільськогосподарської продукції мало б відбуватися у незмінному масштабі. Однак, оскільки попит на ринку сільськогосподарської продукції характеризується динамічністю, то виробництво продукції має щорічно відновлюватися у зростаючих обсягах. Забезпечити збільшення обсягів виробництва продукції на незмінній технічній і технологічній основі неможливо, і виробники змушені запроваджувати нові технології, нові високопродуктивні засоби, нові форми організації праці тощо. Таким чином, функція забезпечення безперервності

процесу відтворення зумовлює прояв дії функції стимулювання науково-технічного прогресу для покращання і прискорення процесу суспільного відтворення, у ході якого наявний продукт сільськогосподарського товаровиробника буде спожитий, а в сільському господарстві на його місце буде вироблено новий. Таким чином, дія ринкової функції безперервного відтворення виробництва і споживання спонукає виробників до господарської діяльності, чим і забезпечується безперервність суспільного відтворення.

Дія функції саморегулювання товарного виробництва на ринку сільськогосподарської продукції тісно взаємодіє з функцією ціноутворення. Вона проявляється стихійно через механізм вільної конкуренції під дією законів попиту і пропозиції. Об'єктивною умовою функціонування механізму саморегулювання товарного виробництва на ринку сільськогосподарської продукції є існування великої кількості дрібних товаровиробників та малих за розмірами підприємств, що унеможлиблює виникнення монополії й забезпечує повну свободу підприємницької діяльності.

В умовах дії законів вартості, попиту і пропозиції та інших індивідуальні витрати у сільськогосподарських виробників на продукт, з урахуванням його цінності, мають бути наближеними до суспільно необхідних. Однак не завжди під силу сільськогосподарським товаровиробникам знизити індивідуальні витрати, оскільки їх формування відбувається переважно за рахунок використання засобів виробництва промислового походження, які не мають пропорційного й еквівалентного обміну відносно продукції сільського господарства. Тому ціни на продукцію сільського господарства в динаміці зростають вимушено.

У зв'язку з цим функція еквівалентності ринку сільськогосподарської продукції спонукає сільських товаровиробників до формування раціонального рівня витрат вимушено, для збереження сталих зв'язків між різними галузями виробництва, і на цій основі утримується відповідний баланс в економіці та забезпечується безперервність процесу відтворення в сільському господарстві. Такий механізм не сприяє вирівнюванню прибутків підприємців різних галузей виробництва та утворенню середньої норми прибутку.

Якщо цього немає, то в суспільстві понижується роль ринку як регулятора, що призводить до наростання диспропорцій між попитом і пропозицією товарів, виникнення дефіциту як загальноекономічного явища. Визнаючи важливість функції еквівалентності обміну, не можна її

абсолютувати. У сучасних розвинених ринкових системах ринок регулюється також державою і товаровиробниками.

Збалансованість галузей національної економіки характеризує її стан в певний момент, оскільки „Оптимум ринкової економіки – функція багатьох факторів і тому виступає лише як один з моментів її буття” [157, с. 167]. Отже, змінити динаміку розвитку економіки та вплинути на неї можна лише в процесі відтворення, тобто її функціонування.

Ринок виконуючи функцію забезпечення безперервного відтворення, спонукає до постійного споживання у сільському господарстві засобів виробництва промислового походження, які є джерелом формування індивідуальної і, в тому числі, ринкової вартості. Диспропорція між цінами на продукцію галузей сільського господарства і промисловості поки що є істотною і неминучою. Проте функція еквівалентності розвитку галузей національної економіки на ринку сільськогосподарської продукції через міжгалузевий зв'язок діє і на інших ринках, в тому числі засобів виробництва промислового походження, та спонукає їх виробників здешевлювати свою продукцію з урахуванням потреб сільськогосподарських партнерів. Дія функції еквівалентності розвитку галузей національної економіки на ринку сільськогосподарської продукції має бути спрямованою на зближення інтересів виробників промислової продукції і сільськогосподарських, які є її споживачами, і сприяти усуненню дисбалансу між цінами на їхні товари.

Дія функції забезпечення розвитку і вдосконалення міжгосподарських зв'язків зміцнює вплив функції забезпечення підвищення ефективності виробництва. Сфера дії цієї функції охоплює не одне підприємство, а цілий комплекс, в якому відбувається виробництво, переробка, реалізація і громадське споживання кінцевого продукту. У зв'язку з цим функція забезпечення розвитку і вдосконалення міжгосподарських зв'язків виділяється окремо.

Основне завдання функції вдосконалення міжгосподарських зв'язків – налагодити і зміцнити їх між відособленими підприємствами й організаціями різного виробничого спрямування для отримання синергетичного ефекту. В умовах господарської відокремленості кожне підприємство несе високі затрати, формуючи інфраструктурні служби, які за своєю значущістю не зовсім адекватні потребам. Причому підприємства не завжди мають кваліфіковані кадри і не завжди можуть забезпечити належне їх завантаження. Це призводить до збільшення матеріальних ресурсів окремих підприємств і зростання собівартості їхньої продукції. Рациональне поєднання інтересів сільськогосподарських виробників і галузей з

переробки, зберігання та реалізації продукції завдяки об'єднанню їх дій для спільного виробництва може підвищити ефективність їх діяльності та створити єдині функціональні обслуговуючі галузеві служби, які б забезпечили високу ефективність обслуговування основного виробництва.

Основним показником спільної діяльності підприємств стає кінцевий продукт, де рівною мірою будуть нести відповідальність усі учасники виробничого процесу за якість сировини, її збереження, обсяги виробництва та якість кінцевого виробленого з неї товару. Важливим завданням функції забезпечення розвитку і вдосконалення міжгосподарських зв'язків є формування загальноекономічного інтересу всіх взаємопов'язаних товаровиробників, де на вкладені затрати буде одержана рівновелика віддача. Таким чином, за рахунок розвитку і вдосконалення міжгосподарських зв'язків відбудеться розширення масштабів виробництва і зросте ефективність діяльності окремих господарюючих суб'єктів, а вироблений ними кінцевий продукт за реалізаційною ціною буде доступний споживачеві.

Ринкові відносини не є повністю досконалими і забезпечують прогресивний розвиток економіки. Ринковий механізм безсилий у разі необхідності швидкого здійснення глибоких структурних змін у суспільстві та реалізації державних комплексних цільових програм науково-технічного прогресу. Через механізм відсторонення адміністрування влади ринкова функція демократизації господарської діяльності створює умови економічної свободи для діяльності господарюючих суб'єктів. Економічна свобода не лише розширила можливості діяльності підприємницьких структур, а й обмежила вплив суспільства і владних структур на приватних підприємців щодо розвитку їх оптимальної пропорційності через демократизацію планового управління, програм і планів соціально-економічного розвитку. Проте, стихійний розвиток ринкового механізму може спричинити масове розорення товаровиробників і нанести суттєвий удар по соціально незахищених верствах та підірвати соціальну стабільність суспільства.

У перехідний період до ринкових засад господарювання не було достатнього розмежування взаємовідносин між ринковими структурами і державою щодо регулювання економіки, через що між ними виникали конфлікти і поглиблювався кризовий стан економіки. Для галузі сільського господарства, як і для багатьох інших, зберігається тенденція неповаги до закону і недовіра до влади. Антагонізм між державою і підприємницькими структурами поглиблюється розростанням тіньової економіки. І навпаки, на формування ринкових відносин в Україні впливають такі чинники, як

сподівання значної частини населення на участь держави у перерозподілі доходів. Усе це визначає передумови необхідності посилення дії функції демократизації господарської діяльності, яка б активізувала роль ринку та демократизацію усєї системи управління з метою поєднання суспільного контролю за виробництвом і ринком.

Отже, недосконалість ринкового механізму може бути згладжена через функцію демократизації господарської діяльності створенням нових відповідних інституційних структур, які використовуючи правові важелі й інструменти, брали б опосередковану участь у розподілі ресурсів, кінцевих товарів та послуг у суспільстві.

Споживання – кінцева фаза суспільного відтворення, в якій суспільний продукт використовується для задоволення потреб населення [71]. Економіка функціонує ефективно, якщо генерує значну кількість економічного надлишку, коли задоволення потреб високе, а витрати низькі. На фоні економічної системи розрізняють споживання виробниче і невиробниче. Сільське господарство продукує продукцію, яка використовується для виробничого й особистого споживання. Виробниче споживання існує за використання ресурсів у сфері виробництва з метою виробництва продукту, невиробниче – для задоволення особистих потреб у продуктах харчування та інших матеріальних благах. І в першому, і в другому випадках основною фігурою виступає споживач.

Коли аграрна сфера витискає максимально існуючий надлишок з наявних ресурсів, що залучені у виробництво, тоді вона функціонує ефективно, позаяк, по-перше, на одиницю ресурсу виробляється максимум різної продукції, тобто є найвища результативна окупність, і, по-друге, продукцію виробник може реалізовувати за нижчою ціною у зв'язку з меншими виробничими витратами на її одиницю. За таких умов споживач має змогу вибрати ті товари, які найбільше відповідають його потребам і купівельній спроможності, тобто відбувається гарантоване забезпечення споживачів благами. Споживачі, як правило, потребують різної кількості товарів споживання залежно від ціни на ці товари. Споживання залежить від розвитку виробництва і водночас впливає на виробництво, відновлюючи потреби у продуктах. Із задоволенням потреб, що склалися, виникають нові потреби, отже, споживання стимулює виробництво нових товарів, появу нових підприємств, нових галузей для виробництва цих товарів [71]. Отже, функція гарантованого забезпечення споживачів благами на ринку сільськогосподарської продукції має надзвичайно важливе значення для здійснення динамічного суспільного відтворення.

Отже, за умови наявності на ринку більшої кількості товару виробники будуть змушені знижувати ціну і споживачі більше його купуватимуть. Це стане не вигідним для товаровиробників, і вони зменшать його пропозицію, чим приведуть у рівновагу попит і пропозицію відповідно до ринкової ціни. У результаті встановлення відповідності між обсягами виробництва і сукупними потребами досягається безперервність процесу відтворення і стабільність функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

Таким чином, регуляторні прояви множини функцій на ринку сільськогосподарської продукції, збалансовуючи попит і пропозицію на основі узгодженої ціни, забезпечують відтворювальний процес у суспільстві і стабільність розвитку економіки країни.

2.4 Методика дослідження формування ринку

Входження у ринкову економіку для сільськогосподарських підприємств України стало проблематичним. З одного боку, були порушені всі зв'язки й відносини з переробними підприємствами, для яких сільськогосподарська продукція використовувалася як сировина, а з іншого – відбулося розбалансування цін на продукцію сільськогосподарських виробників і підприємств промисловості. Ці проблемні відносини і нині не вирішені, та й відсутній поки що механізм, який би давав можливість їх врегулювати.

Створення нових організаційно-правових форм господарювання в аграрному секторі України негативно вплинуло не лише на процес виробничої діяльності сільськогосподарських виробників, а й на вибір форм і способів руху їх продукції до споживача. У зв'язку з цим і нині особливого значення набуває потреба в якісному оновленні системи економічних відносин по вертикалі агропромислового комплексу та відносин між усіма учасниками на горизонтальному рівні, що забезпечують товаропросування від виробника до споживача. Існуючі проблеми значною мірою можуть бути розв'язані за рахунок умілого і раціонального використання функцій ринку сільськогосподарської продукції та взаємодії елементів ринкового механізму.

Ринок сільськогосподарської продукції як з позиції виробника, так і споживача організаційно слід розглядати як найкращий шанс місця і поведінки їх у виборі та реалізації своїх інтересів. Виробник як потенційний учасник ринку має намір виробити та реалізувати продукцію і одержати

зиск від результатів своєї праці, а споживач – за умов платоспроможності придбати товар для задоволення власних потреб. Через це оцінити місткість ринку конкретного товару та його якісні характеристики, виявити та спрогнозувати попит і пропозицію на нього, визначитись у можливому діапазоні ціни і на цій основі реалізувати власні інтереси можуть як виробники, так і споживачі лише за безпосередньої їх участі в середовищі відносин на ринку сільськогосподарської продукції. У ході вивчення становища доцільно також достеменно відчутти поведінку конкурентів, наявність продуктів-замінників та об'єктивно відстежувати всю низку торгових операцій у будь-який час і в будь-якому просторі. На ринку сільськогосподарської продукції існує дві домінуючі проблеми: проблема виробника і проблема споживача, які тісно пов'язані з проблемою економіки аграрного сектору. Їх можна розглядати з погляду того, що виробляти з обмежених ресурсів і для кого.

Вирішити зазначені та інші проблеми на ринку сільськогосподарської продукції не можна за рахунок одноразових рекомендацій чи застосування певних заходів, оскільки атмосфера ринку поєднує одночасно інтереси суб'єктів підприємництва, діяльність яких є надзвичайно чутливою до впливу численних зовнішніх і внутрішніх чинників, і споживачів їхньої продукції, які, зі свого боку, є вимогливими, вибагливими і з категоричними намірами задовольнити свої потреби.

Ринок сільськогосподарської продукції є своєрідним суб'єктом, з визначеними певними функціями, основними з яких є: встановлення вартості товарів і послуг та перетворення результатів праці на товар; забезпечення безперервності процесу суспільного відтворення; спонукання виробників товарів до зниження індивідуальних витрат; регулювання впливу на економіку в цілому та на пропорцію між різними галузями національної економіки; здійснення контролю споживачів над виробництвом; вирівнювання цін; посилення конкуренції між виробниками. Він має свою специфічну функціональну модель і не може трансформуватися у будь-який інший суб'єкт з виконанням інших функцій, не властивих йому. Економічні закони, що проявляють свою дію на ринку зумовлюють розвиток відповідних економічних відносин і спрямовані на самозбереження й упорядкування діяльності суб'єкта.

Ринок сільськогосподарської продукції характеризується великою кількістю виробників, що представляють свій продукт для реалізації. Відповідно є й велика кількість споживачів, які хочуть його придбати. Характер і поведінка кожного з них відзначається індивідуальним підходом до вирішення своєї проблеми, що інколи провокує до збурення і хаотичного

розвитку процесів на ринку, у кожному окремому випадку. Здавалось би, що все це може призвести до нестабільності та порушення гармонії між виробниками і споживачами. Однак за рахунок дії закону самозбереження на ринку, який гарантується цілісністю формування і його потенціалом, не стається зривів, проявів безладу тощо.

Наявність зазначеного діапазону проблем, що мають місце на ринку сільськогосподарської продукції, зумовлює необхідність їх поглибленого дослідження. Методологія та методика вивчення формування і функціонування ринку повинна передбачати як використання теоретичних напрацювань з даної проблеми, так і практичної складової.

Система взаємозв'язків та відносин, що характеризують ринок сільськогосподарської продукції з позитивних і негативних сторін, може бути розкритою лише зі застосуванням системного і комплексного підходів та використанням низки методів і прийомів, в основі яких лежить діалектичний метод пізнання. У зв'язку з цим є потреба формулювання та розробки відповідних наукових методологічних засад, які охоплюватимуть організаційні, методичні, конструктивно-логічні, аналітичні, інформаційні та інші напрями стосовно специфіки функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Тому, розділи монографії і методологія побудовані так, що розгляд проблеми забезпечується заходами, які спрямовуються на вирішення питань теоретичного, аналітичного, прогнозного та конструктивного характеру.

В основу методології наукового пізнання та дослідження ринку сільськогосподарської продукції покладено системний підхід, який дав змогу пізнати причинно-наслідкові зв'язки між окремими сегментами ринку і одночасно розглядати його як цілісну систему, що взаємодіє із зовнішнім середовищем. Заразом, системний підхід дає можливість розкрити та виявити різнобіччя типів зв'язків і дії ринкових механізмів в окремих сегментах та звести їх у сукупність єдиної теоретичної цілісності. Використання системного підходу у науковому дослідженні функціонування ринку сільськогосподарської продукції полягало в аналізі його функцій у сукупності і кожної зокрема та виявленні їх впливу на функціонування учасників та елементів ринкового механізму.

За допомогою системного підходу, який використано в дослідженні окремо виділених сегментів виробництва, продукту, реалізації і споживача, вдалося дослідити та обґрунтувати потребу й необхідність прийняття нормативно-правової бази, спрямованої на створення умов безпосередньої реалізації продукції виробниками споживачам, за яких виробники не втрачатимуть доходу, а споживачі обмежать ризик. Використання цього

методу забезпечило ширшу пізнавальну реальність кожного окремого сегмента ринку сільськогосподарської продукції та пошук конкретного механізму його функціонування як цілісного, складного об'єкта.

Сегмент – це складова ринку сільськогосподарської продукції, виділена за однорідними ознаками, рисами та властивостями. Його можна розглядати як цільовий сегмент ринку – ділянка, на якій конкретне підприємство може повною мірою проявити свої порівняльні переваги і нівелювати відносні недоліки. У нашому випадку сегментація розглядається у двох аспектах: з одного боку, як методологія структуризації ринку сільськогосподарської продукції за етапами її руху – виробництво – продукт – реалізація – споживач, а з іншого – як інструментарій, який застосовано для проведення різних видів ринкових досліджень.

У контексті теми дослідження сформульовано мету та завдання, які окреслюються актуальністю і необхідністю вивчення проблеми формування й функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Мета даного дослідження полягає у розробці теоретико-методологічних засад і практичних рекомендацій з формування, ефективного функціонування та подальшого розвитку ринку сільськогосподарської продукції. Досягнення цієї мети стане можливим за умов вибору об'єкта дослідження, яким є процес формування і функціонування ринку сільськогосподарської продукції, та предмета, як сукупності теоретичних, методичних і практичних його засад. Алгоритм наукового дослідження відображено на рис. 2.15.

Дослідження аналітичної частини роботи розпочинають із формування інформаційно-аналітичної бази показників, на основі яких можна розробляти стратегічну програму поведінки суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції. Дослідження цих суб'єктів пов'язані з використанням системи взаємопов'язаних показників, що характеризують наявність і якість виробничих ресурсів, їх співвідношення й використання та формування витрат і результатів діяльності підприємств. Усе це зумовлює необхідність формування системи показників, які б забезпечували дослідження ринку сільськогосподарської продукції у статиці, динаміці та їх взаємозв'язку і гарантували ймовірність, змістовність та порівняння інформації у часі і просторі.

У процесі наукового дослідження ринку сільськогосподарської продукції та формування теоретичних засад зроблено спробу встановити закономірності його розвитку на основі застосування методу поетапності. Метод поетапності, що являє собою структуризацію і виділення із узагальненої системи еволюції фаз, які відповідають етапам історичного

розвитку суспільства, дав змогу виявити властиві кроки і риси на відповідному рівні поділу праці та окреслити завдання для поглибленого встановлення економічних перетворень у суспільстві. У зв'язку з цим комплексний підхід до дослідження ринку сільськогосподарської продукції є змістовною методологічною вимогою, який допоміг вибудувати концептуальну модель його розвитку впродовж усіх історичних етапів розвитку суспільства, що спрямовувалися на еволюцію обмінних процесів для зростання життєзабезпечення людей.



Рис. 2.15. Алгоритм наукового дослідження.

Методологічний підхід до розуміння сутності ринку сільськогосподарської продукції повинен розглядатися як механізм прояву товарно-грошових і економічних відносин взаємодії покупців і продавців, у конкретній формі, на основі узгодження їх інтересів та уподобань. На такому ґрунті має будуватися дослідження формування ринку сільськогосподарської продукції, що слугуватиме виявленню стану та перспектив розвитку обсягів виробництва продукції сільського господарства, її асортименту та покращанню якості і конкурентоспроможності, у тому числі на світовому ринку.

Однією з найбільш поширених точок зору, що використовувалися у процесі дослідження, розкриття і розуміння періодизації економічного розвитку суспільства, був цивілізаційний підхід, який передбачає, що розвиток як самого людського суспільства, так і основних його стадій та

напрямів відбувався у послідовних змінах. В основу цивілізаційного підходу, у нашому випадку, покладено принцип, зумовлений природною еволюційною поступовістю розвитку як самої цивілізації, так і основних етапів розвитку складових системи, у тому числі й ринку. Це означає, що пізнання економічної системи відбувається як у сукупній єдності, так і за окремими її елементами, з посиленням ролі людського чинника.

Обмін результатами діяльності між окремими продуцентами ставав можливим лише за наявності виробленого ними продукту. Обмінні процеси на кожному етапі розвитку людства відбувалися динамічно, переходячи від досягнутого як у кількісному, так і якісному значенні до прагнення покращання стану в перспективі. Пізнати закони та закономірності розвитку поодиноких процесів є можливим за умов визначення і побудови логічних засад загальноцивілізаційних трансформацій через призму еволюції від окремої складової до загалу суспільства. У контексті зазначеного розвиток суспільства взагалі, у всіх його напрямках слугує не лише як основа, а й як безпосередній спосіб існування інших його субстанцій. Такий підхід дає змогу розглядати і досліджувати місце, роль і значення кожного окремого процесу у зростанні цивілізації через призму еволюції. Через це для пізнання трактування ринку, з використанням поняття „еволюція”, найбільше підходить розглядати процес розвитку, що складається з поступових якісних змін без різких стрибків. Тим більше, досвід засвідчує, що для конкретнішого і достовірнішого вивчення розвитку ринкових відносин більшість вчених фокусують свої погляди не на розвитку глобальної еволюції всього людства, а на окремих країнах.

Дослідження ринку являє собою систему збирання, обробки та аналізу інформації, необхідної для визначення функціонування ринкового механізму, для прогнозування узгодженості попиту і пропозиції. Серед сукупності різних методів і багатогранності їх застосування особливе місце відводиться статистичним, використання яких у дослідженні ринку сільськогосподарської продукції сприяло виявленню можливості підвищення ефективності процесів на основі ймовірної оцінки стану і можливостей різних сегментів виробничої та комерційної діяльності, своєчасного визначення тенденцій їх розвитку.

Носіями інформації, у даній монографії, є фізичні і юридичні особи, що виступають учасниками ринку сільськогосподарської продукції і окремих його сегментів та забезпечують пропозицію та кінцеве споживання. Важливе місце серед носіїв інформації належить елементам інфраструктури ринку, таким як заготівельно-збутові підприємства, підприємства

торговельно-збутової діяльності, оптові та торгові ринки, елементи роздрібного товарообороту тощо.

У ході дослідження використано й внутрішню інформацію, яка є результатом розробки, збирання та опрацювання для власного використання даних спеціальних соціологічних обстежень. Застосування цих методів дало змогу виявити можливі ризики споживачів залежно від дії групи чинників загроз. В економічній і науковій літературі соціологічний метод визнається як систематизований засіб досягнення теоретичного і практичного результату та вирішення проблем або отримання нової інформації (рис. 2.16).

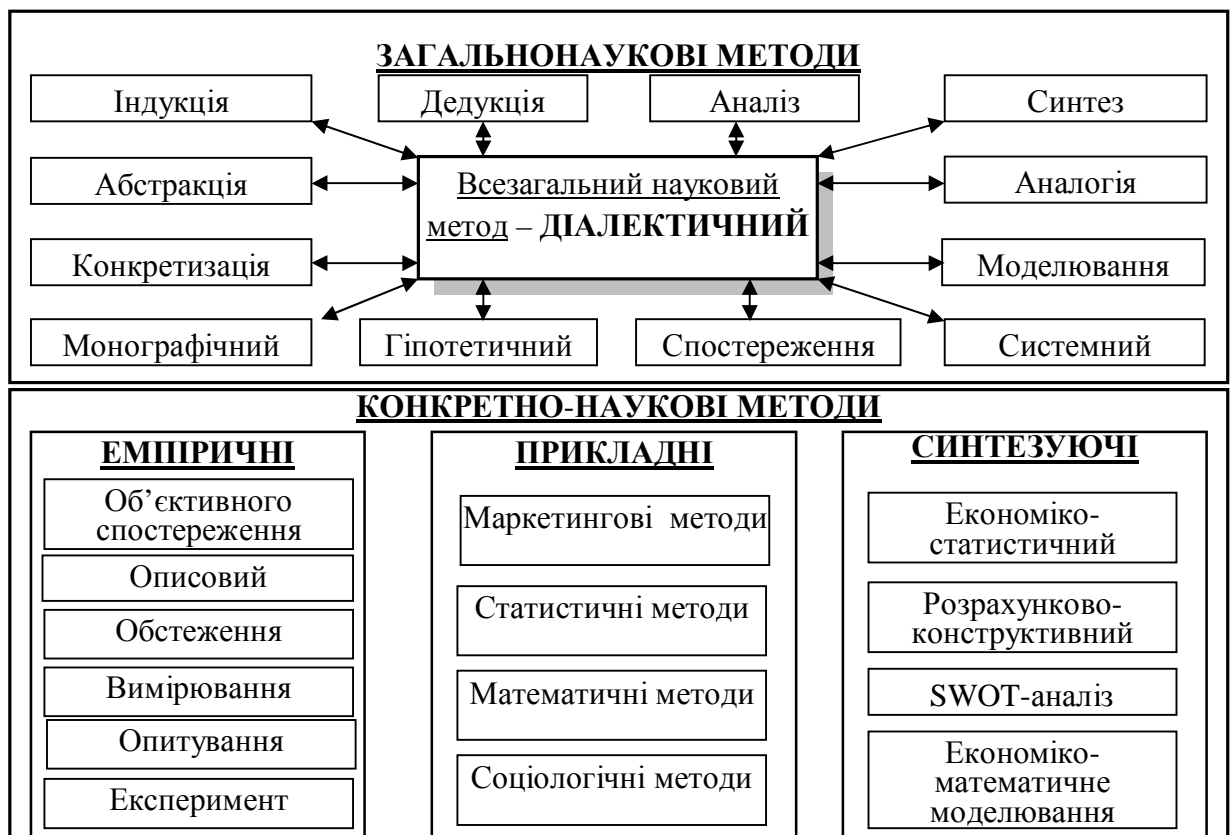


Рис. 2.16. Система методів дослідження ринку сільськогосподарської продукції*.

* Джерело: узагальнено автором на основі [71; 197].

Характерним для соціологічного методу є те, що разом з ним застосовуються й загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, індукції, дедукції, порівняння. У використанні соціологічного методу важливою є достовірність зібраної інформації, яка може бути отримана за рахунок опитування, спостереження, експерименту, методом експертних оцінок тощо. Вивчення всіх явищ і процесів у ході дослідження стало можливим завдяки використанню діалектичного методу із сукупністю його елементів. Статистичні методи широко використано в аналізі стану діяльності і в оцінці

функціонування сегментів виробництва, продукту, реалізації і споживача на ринку сільськогосподарської продукції.

Крім того, винятково важливе місце в дослідженні належить статистичним методам, які застосовано для виявлення і моделювання взаємозалежностей ринкових явищ зокрема виробництва, ціни та інфляції. Водночас, крім статичної методології формування і функціонування ринку сільськогосподарської продукції, дослідження опираються на методи, прийоми і способи пізнання суспільних явищ та процесів, що передують можливості застосування інших елементів діалектичного методу.

Опрацювання статистичних даних відбулося також у формі групувань за необхідними для аналізу ознаками. Групування є одним із найважливіших статистичних методів, використання якого в роботі дало змогу, разом із застосуванням кореляційного аналізу, виявити ефективність діяльності господарюючих суб'єктів залежно від концентрації угідь.

Умовою використання в дослідженні методу групувань стало дотриманням принципу поділу сукупності, що ґрунтується на об'єднанні в одну групу елементів за однією ознакою. Групування, з використанням кореляційного методу, дало змогу встановити напрям і форму зв'язку досліджуваної ознаки із кількісним виміром взаємозалежності з іншими результативними показниками.

Дослідження впливу концентрації земельних угідь на ефективність діяльності підприємств із застосуванням економіко-статистичного методу дало можливість визначити і встановити зв'язок між факторними і результативними показниками.

Для оцінки економічної ефективності діяльності сільськогосподарських виробників використано систему взаємопов'язаних показників, які відображають дію економічних законів і характеризують вплив різних чинників та умов. Для цього використано як натуральні, так і вартісні показники, найважливішими серед яких є вартість валової й товарної продукції, а також показники прибутковості. У цьому контексті, як один із елементів діалектичного методу застосовано метод абстрагування з дотриманням принципу основної ланки. З його допомогою здійснено аналіз виробництва основних видів продукту на одну особу населення на ринку сільськогосподарської продукції у сегменті виробництва, у розрізі окремих областей України з урахуванням якісної характеристики землі, що відображена в грошовій оцінці.

Застосування балансового методу як основного економічного напряму регулювання ринку сільськогосподарської продукції у сегментах виробництва і споживача дало можливість скласти баланс продовольчих

ресурсів з узгодженням попиту і пропозиції та підтримкою їх рівноваги. Використання балансового методу дало змогу з'ясувати важливі тенденції розвитку окремих сегментів ринку сільськогосподарської продукції та виявити ризики продовольчого забезпечення населення та обґрунтувати можливі механізми регуляторного впливу держави на нього.

Необхідність дослідження формування ринку сільськогосподарської продукції, стану і перспектив розвитку обсягів виробництва продукції сільського господарства та її асортименту, поліпшення її якості і конкурентоспроможності тощо є незаперечною. Однак, на нашу думку, актуальними можуть стати дослідження й іншого характеру, і зокрема вивчення проблеми організованого регулювання попиту і пропозиції певних видів продукції. За умови надлишку окремих видів продукції в якомусь регіоні може здійснюватися її перерозподіл у ті, де є її нестача, виходячи при цьому з балансу потреб і забезпеченості в ній зазначеного регіону.

Однак проблема раціоналізації структури виробництва аграрного сектору в умовах постійних змін кон'юнктури ринку потребує оцінки і її вдосконалення як у теоретичному, так і практичному аспектах. Раціональний склад галузей, зокрема оптимальне співвідношення валового виробництва продукції рослинництва і тваринництва, має будуватися в контексті забезпечення науково обґрунтованих норм споживання продуктів харчування на одну особу та ефективного використання ресурсного потенціалу. А тому метою використання балансового методу є спроба виявити дисбаланс у розвитку галузей аграрного сектору економіки та показати необхідність розвитку однаковою мірою галузей рослинництва і тваринництва.

Прогнозування диверсифікації оптового ринку відбувалося з використанням принципу законності, що полягає в обов'язковому виконанні вимог законів і підзаконних актів та постанов Кабінету Міністрів, указів Президента України та інших законодавчих документів. Розробка проекту заводу потребувала цілісного підходу, що означає розгляд його як єдиного цілісного суб'єкта для розробки програм і прогнозу розвитку. В основу розрахунків покладено принцип нормативності, що означає використання чинних нормативів затрат ресурсів.

Принцип законності використано також під час розгляду конкуренції та використання її специфічної риси на кожному конкретному ринку, у разі відсутності прихованих відмінностей, в основу якої покладено якість продукції, що сприймається покупцем як базис для вищої чи нижчої ціни. Тобто виробники не мають підстав знижувати ціну продукції, оскільки вони можуть втратити прибутки, та й поліпшувати її немає потреби, оскільки

вона вже відповідає стандартам якості. Підхід до розуміння конкуренції пропонується розглядати як основоположний засіб врегулювання ситуації протистояння для встановлення нової рівноваги між елементами ринкового механізму.

На основі використання методів нечіткої логіки до аналізу ризиків на ринку сільськогосподарської продукції, що виникають під дією суб'єктивних та об'єктивних чинників дії на ринковий механізм, встановлено нелінійні залежності між обсягами виробництва основних видів сільськогосподарської продукції, ринковими цінами її реалізації та рівнем інфляції. Запропонований методичний підхід з використанням моделі „стан миттєвості” дав змогу розглядати умови врегулювання взаємозалежності і взаємозумовленості рівноваги ціни та встановити баланс обсягів виробництва, доступності й достатності споживання певного виду продукції в режимі реального часу і простору.

Важливою складовою дослідження є здійснення прогнозування попиту на ринку сільськогосподарської продукції, який задовольнявся б забезпеченням доступності і достатності споживання сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва населенням країни за умов забезпечення відповідного рівня рентабельності сільськогосподарськими товаровиробникам. Його прогнозування здійснювали на основі розрахунків з використанням індексного методу, що ґрунтувався на приведенні актуальних реальних значень показників продукції до майбутнього моменту за допомогою індексів, які характеризують зміну в майбутньому певних умов порівняно з умовами на сьогодні. Це забезпечило прогнозування пропозиції та встановлення балансу обсягів виробництва, доступності і достатності споживання сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва населенням країни на основі зрівноваженої ціни.

Отже, з метою наближення процесу ціноутворення до реальних умов, на нашу думку, формування цін на власну продукцію сільськогосподарських товаровиробників має базуватися на ґрунті витрат і необхідної рентабельності з урахуванням суспільно необхідних затрат праці. Ця умова має виступати основним критерієм наукового обґрунтування та об'єктивного процесу ціноутворення. А отже, у формуванні ринкової ціни на власну продукцію сільськогосподарських товаровиробників мають бути задіяними у форматі пропозиції – виробники, у форматі споживачів – покупці і держава, яка мала б враховувати чинники впливу на зміну ринкових відносин між суб'єктами застосовуючи регуляторні важелі, їх нівелювати.

Дослідження ефективності інноваційних процесів у сільському господарстві ґрунтуються на сучасних теоріях соціально-економічного розвитку аграрних підприємств із залученням елементів діалектичного методу. Прибічники інновацій, розкриваючи напрям і позитивний результат від їх впровадження та опираючись на досвід розвинутих зарубіжних країн, інколи значно перебільшують позитивні риси нововведень на ринку сільськогосподарської продукції, надаючи і приписуючи їм навіть здатність реанімувати збиткові підприємства.

У діяльності ринку сільськогосподарської продукції важлива роль належить системі збору та використання інформації, яка є основою функціонування його окремих сегментів. Від рівня поінформованості, достовірності залежить функціонування дієвого механізму, спрямованого на запобігання впливу негативних чинників, і вирішити ці питання, на наш погляд, можна за рахунок створення інформаційної системи. Нами запропоновано створення Єдиного інформаційного центру, основними рівнями формування якого визначено національний, регіональний та місцевий, а засадами – сприяння зростанню ефективності діяльності аграрних товаровиробників в умовах ризику. Здебільшого інформація на ринку сільськогосподарської продукції, та й у цілому в економіці передається лише частково, вона не завжди є перевіреною, а її достовірність часто викликає сумнів. Не завжди забезпечується процес надходження інформації зворотним зв'язком, а його низький рівень часто дає підстави стверджувати, що він не забезпечує резерв підвищення ефективності функціонування окремих складових, та й у цілому ринку сільськогосподарської продукції. На наш погляд, організований процес збору, аналізу, обробки і подання статистичної інформації про стан на ринку сільськогосподарської продукції, результати господарської діяльності є одним із провідних завдань сьогодення. Це дасть змогу не лише створити на перспективу сучасну інформаційну базу на ринку сільськогосподарської продукції, а й реорганізувати всю інформаційну сферу та вдосконалити взаємовідносини між складовими АПК й підвищити ефективність їх функціонування.

Таким чином, методика наукового дослідження ринку є досить важливою складовою для розробки теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо його розвитку. Запропонована методологічна сукупність не є ідеальною, проте, на нашу думку, вона здатна забезпечити можливість використання розробок, прогнозів та стратегій формування і підвищення ефективності функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕКТОРІВ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

3.1 Динаміка відтворювальних процесів у секторах виробництва та продукту

Рівень виробництва кількості продукції, яка б відповідала науково обґрунтованим нормам споживання на одну особу високоякісних товарів, є оцінкою достатності функціонування економіки країни. У форматі однієї держави цього можна досягти лише за умов збалансованості розвитку всіх її галузей. Це означає, що має відбуватися взаємоузгоджене і достатнє постачання необхідної кількості ресурсів у кожен галузь, яка б забезпечувала процес виробництва у кожній суміжній, причетній до матеріального задоволення потреб населення.

Важливе місце в ланцюгу узгодженості розвитку виробництва, та й економіки України в цілому, належить сільському господарству. Воно посідає чільне місце не лише в агропромисловому комплексі, а й в усьому народному господарстві. Продукція сільського господарства, будучи головним джерелом задоволення матеріальних благ, відіграє надзвичайно важливу роль в існуванні та розвитку людства. З неї виробляють близько 98% продуктів харчування, як товарів першої життєвої необхідності, майже 100% продукції харчової та 75% текстильної промисловості. А загалом продукцію аграрного сектору як сировину використовують 80 галузей національної економіки. У цій сфері виробляється майже 50 % кінцевої продукції, зосереджено близько 60 % виробничих фондів і 60 % кількості працюючих у сільському господарстві.

Зазначене місце галузі сільського господарства в національній економіці країни досягнуте за рахунок результатів господарської діяльності великої кількості сільських продуцентів, які функціонують на ринку сільськогосподарської продукції, у секторі виробництва, у вигляді підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, і зокрема: сільськогосподарських підприємств, товариств, агрофірм, агрохолдингів, фермерських і господарств населення тощо (рис. 3.1).

В умовах ринкової економіки всі товаровиробники, незалежно від форми власності, мають економічну свободу, автономність і розвиваються

відповідно до своїх виробничих потужностей, наявності ресурсів та попиту на їх продукцію.



Рис. 3.1. Множинність господарюючих суб'єктів сегмента виробництва на ринку сільськогосподарської продукції України.

Але основною метою діяльності сільських товаровиробників стало одержання стабільного прибутку. У зв'язку з цим, на відміну від планово-економічної системи господарювання, коли аграрним підприємствам і кожному окремому виробнику чітко визначалися і доводилися обсяги виробництва певних видів продукції, які спрямовувалися на збалансованість потреб населення у продуктах харчування і їх задоволення, у ринкових умовах між виробниками немає узгодженості на предмет пропорційності та збалансованості у виробництві окремих видів продукції і вони не керуються принципами соціальної справедливості, а, в основному, зиском. Тому відбуваються певні перекося у структурі виробництва підприємств і, відповідно, наявний асортимент продукції на сільськогосподарському ринку

не завжди відповідає запитам споживачів. У результаті, в часі і просторі, часто простежується надвиробництво одних і дефіцит інших продуктів.

У сегменті виробництва на ринку сільськогосподарської продукції в Україні станом на 1.07.2012 р. функціонувало 55866 підприємств-товаровиробників усіх організаційно-правових форм господарювання та 4301,8 тис од господарств населення (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Діючі аграрні підприємства за організаційно-правовими формами господарювання в Україні*

Види аграрних підприємств	2010 р.		2012 р.		2012р. до 2010р., %
	кількість, од.	структура, %	кількість, од.	структура, %	
Господарські товариства	7769	13,8	8121	14,5	104,5
Приватні підприємства	4243	7,5	4183	7,5	98,6
Виробничі кооперативи	952	1,7	856	1,6	90,0
Фермерські господарства	41726	73,8	40732	72,9	97,6
Державні підприємства	322	0,6	294	0,5	91,3
Підприємства інших форм господарювання	1481	2,6	1680	3,0	113,4
Усього	56493	100,0	55866	100,0	98,9
Господарства населення	4540400	-	4301800	-	94,7

*Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.1, у 2012 р. загальна кількість підприємств усіх організаційно-правових форм господарювання зменшилася на 627 од. порівняно із 2010 р. Зменшення відбулося в категоріях „приватні підприємства” на 60, „державні підприємства” – на 28 та „виробничі кооперативи” – на 96 од. Відбулося суттєве зменшення чисельності фермерських господарств. За відповідний період їх кількість скоротилася на 994 од. Основною причиною зменшення кількості фермерських господарств є нестабільність політичної ситуації в країні та наявність несприятливих економічних умов їх функціонування, складовими яких є слабка матеріально-технічна база, відсутність сприятливих форм кредитування, високий ціновий диспаритет та проблеми зі збутом продукції.

Ці причини були підставою для зниження кількості підприємств інших категорій організаційно-правових форм господарювання, у тому числі й

господарств населення, чисельність яких у 2012 р. зменшилася на 238,6 тис. од. порівняно із 2010 р.

З об'єктивних та суб'єктивних причин частина таких організаційно-правових форм господарювання, як фермерські господарства, приватні підприємства, виробничі кооперативи, трансформувалася в категорію „підприємства інших форм господарювання” та „господарські товариства”, кількість яких за досліджуваний період зросла відповідно на 199 та 352 од.

Найважливішою складовою матеріально-технічної бази аграрних виробників є земля, де вона виступає і використовується як головний засіб виробництва, а тому важливим напрямом аграрної політики країни найближчим часом повинно стати вирішення проблем, пов'язаних з раціональним її використанням. Раціональне використання земельних ресурсів не завжди передбачає максимальну економічну ефективність цього заходу. Аналогічно, ефективне використання земельних ресурсів не обов'язково може бути раціональним. В економічному аспекті адекватність розуміння ефективності в раціональному використанні земельних ресурсів найбільшою мірою відповідає змісту виразу „економічна доцільність”, оскільки стосовно земельних ресурсів вона передбачає обов'язкову наявність ще й інших видів доцільності.

Раціональне рішення – це осмислене, зважене, вигідне і доцільне рішення, прийняте з урахуванням багатьох чинників [71]. У контексті цього раціональне використання земельних ресурсів у сільському господарстві мало б виражати організаційні, економічні, соціальні та правові відносини між людьми під час здійснення технологічних процесів, пов'язаних з виробництвом сільськогосподарської продукції, з метою максимального задоволення потреб населення у продуктах харчування при забезпеченні відновлення та збільшення продуктивного потенціалу земельних ресурсів. В умовах ринку, який формує складну систему господарювання і є засобом досягнення мети з використанням численних регулюючих інструментів та інститутів, проблема забезпечення раціонального використання та збереження земельних ресурсів, а відтак і всього виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств повинна спрямовуватися на обґрунтовану і доцільну мету трансформації земельних відносин і вирішуватись з урахуванням усіх їх аспектів, у тому числі і втручання держави в ці процеси.

Проведені заходи з реформування земельних відносин, у часи незалежності, в основному спрямовувалися на розукрупнення існуючих колективних сільськогосподарських підприємств, розвиток фермерства і формування нової якості господарств населення. Усе це не сприяло

укрупненню земельних масивів як основи ефективного їх використання. У 2012 р. в середньому в Україні у сегменті виробництва на ринку сільськогосподарської продукції з розрахунку на одне сільськогосподарське підприємство і господарство населення припадало відповідно 370 і 3,7 га сільськогосподарських угідь (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Окремі складові ресурсного потенціалу аграрних підприємств України*

Техніка	2010 р.		2012 р.	
	с.-г. підприємства	господарства населення	с.-г. підприємства	господарства населення
Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	20589,6	15898,3	20665,5	15815,1
Припадає на одне господарство с.-г. угідь, га	364,5	3,5	370,0	3,7
Трактори, шт.	151287	172000	150740	184000
Міні-трактори і мотоблоки, шт.	-	44000	-	88357
Комбайни, шт.: зернозбиральні	32750	21000	31997	23000
бурякозбиральні	2548	-	2131	-
картоплезбиральні	1694	-	1632	-
кукурудзозбиральні	4240	-	3557	-
кормозбиральні	7841	-	6731	-
Доїльні установки, шт.	10865	2531	11216	2790
Вантажні та вантажопасажирські автомобілі, шт.	104307	4526	104367	4940
Плуги, шт.	65300	298140	51981	341714
Культиватори, шт.	78425	123411	76709	137773
Сівалки, шт.	74265	98450	72835	101517

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Проте, як свідчать дані табл. 3.2, у 2012р. відбулося невелике збільшення площі сільськогосподарських угідь з розрахунку на одне сільськогосподарське підприємство на 5,5 га, а господарство населення – на 0,2 га порівняно з 2010 р. Це сталося переважно за рахунок зменшення кількості підприємств цих категорій, які злилися або передали свою землю у користування інших. Варто зазначити, що в Україні функціонує частина підприємств-агрохолдингів, які володіють досить великими площами сільськогосподарських угідь – 10 тис га і більше. Їх кількість незначна і складає лише 0,3 відсотка від загальної кількості підприємств.

Загалом щодо окремих видів техніки матеріально-технічна база розвивається у часі не стабільно. Так, кількість тракторів у сільськогосподарських підприємствах за досліджуваний період зменшилася на 547 од., тоді як у господарствах населення вона зросла відповідно на 33260 од. До того ж господарства населення за цей час придбали ще 44357 од. міні-тракторів і мотоблоків.

Сільськогосподарські підприємства мають дефіцит тракторів порівняно з господарствами населення. У 2012 р. на один фізичний трактор у сільськогосподарських підприємствах припадало 137,1 га. До того ж у них енергетичні потужності з розрахунку на одне підприємство у 2012 р. зменшилися на 118 кВт порівняно з 2010 р. У господарствах населення, навпаки, рівень навантаження на один фізичний трактор є на 51,1 га меншим. Із наявних статистичних даних не можна стверджувати, чи відповідає нормам навантаження сільськогосподарських угідь на один трактор у сільськогосподарських підприємствах, а тим більше у господарствах населення. Однак якщо виходити з нормативу виробітку за рік на еталонний трактор 1200 га еталонної оранки, то за середньої щільності десять еталонних гектарів виробітку на один фізичний гектар, навантаження на еталонний трактор мало б становити близько 100 га сільськогосподарських угідь.

Дані табл. 3.2 також засвідчують, що кількість техніки за всіма позиціями у сільськогосподарських підприємствах має тенденцію до зменшення. Так, зернозбиральних комбайнів у 2012 р. стало на 753, бурякозбиральних – на 117, кукурудозбиральних – на 683, а кормозбиральних аж на 1110 одиниць менше порівняно з 2010 р. Менше стало плугів, культиваторів, сівалок тощо. Основною причиною погіршення стану матеріально-технічної бази є старіння техніки, списання тієї частини, що відслужила визначений строк служби у декілька разів, а малі і середні підприємства не мають достатніх фінансових ресурсів для придбання дорогої сучасної зарубіжної техніки, та й вітчизняні засоби виробництва у ціновому діапазоні є недоступними.

Натомість матеріально-технічна база господарств населення зміцнюється. Кількість плугів, культиваторів і сівалок у 2012 р., в середньому зросла в 1,1 раза порівняно з 2010 р. Виняток становлять лише зернозбиральні комбайни, кількість яких у 2012 р. зменшилася на 8997 од. Основною причиною є те, що в господарствах населення в основному були комбайни вітчизняного виробництва, отримані на майнові паї, і вони відслужили свій термін використання.

В аграрній сфері існує дві масштабні, комплексні, взаємозумовлені галузі – рослинництва і тваринництва, які поділяються на низку підгалузей. Їх кількість як на макроекономічному рівні, так і в розрізі окремих регіонів і підприємств є прямою ознакою рівня розвитку суспільного поділу праці, зайнятості населення, використання ресурсного потенціалу і підвищення ефективності функціонування суспільного виробництва. Саме від досконалої й виваженої структури виробництва та раціонального і партнерського поєднання галузей, у тому числі й підгалузей, значною мірою залежить ефективність діяльності господарюючих суб'єктів.

Формування ринкових відносин в Україні, на базі приватної власності, зумовило використання підприємствами механізму регулювання потоків, що ґрунтується на принципах саморегуляції. Ресурси спрямовуються в те виробництво, де можна отримати більш прибутку. На відміну від умов планової системи управління, коли застосовувалися регуляторні чинники виробництва продукції, у ринкових умовах підприємства набули статусу вільного вибору бажаного виду діяльності. Цілеспрямованість праці і робочої сили була зорієнтована на бізнесовий результат, який став одним із принципів формування програми їх діяльності. У результаті існуюча багатогалузева структура виробництва під дією функцій ринку, зокрема регулятивної, спрямовувалася на комерціалізацію діяльності виробників, а тому набула докорінних змін. У виробництві валової продукції стала переважати частка галузі рослинництва.

Трансформаційні процеси аграрного сектору економіки в Україні начебто спрямовувалися на розкриття внутрішніх резервів підвищення рівня задоволення попиту на продовольчі товари, на які ніколи не зменшується попит, як на товари першої необхідності. Зумовлено це тим, що аграрне виробництво є і залишатиметься завжди основним джерелом виробництва і постачання на ринок сільськогосподарської продукції товарів особливої важливості не лише для агропромислового комплексу, а й для усієї національної економіки, які споживаються як у натуральному вигляді, так і використовуються як сировина для переробної промисловості.

Вся продукція, що виробляється в аграрному секторі економіки, є наслідком діяльності аграрних підприємств, фірм, організацій, фермерських і господарств населення і є лише їх проблемою. Залучаючи власні ресурси та організовуючи процес відповідно до запроваджених технологій, сільськогосподарські виробники одержують такий обсяг продукції, який відповідає можливості використовуваних ними ресурсів. Загалом в Україні є високий природно-економічний потенціал для виробництва сільськогосподарської продукції. Родючі землі, у тому числі володіння

значною частиною світового запасу чорнозему, достатня кількість опадів і майже рівномірне їх випадання у розрізі окремих регіонів і в часі разом з достатньою сумою позитивних температур забезпечують сприятливі умови для вирощування багатьох сільськогосподарських культур. У зв'язку з цим завданням держави на ринку сільськогосподарської продукції у сегменті виробництва мало б стати сприяння виробникам у продукуванні такої продовольчої кількості важливих товарів, які б могли забезпечити хоча б мінімальні потреби населення відповідно до науково обґрунтованих норм споживання.

Основним індикативним чинником, що може достатньо характеризувати рівень господарської діяльності виробників у напрямі збільшення обсягів виробництва продукції, є ефективність використання земельних угідь. Нами зроблена спроба, використавши метод абстрагування з дотриманням принципу основної ланки, здійснити аналіз виробництва основних видів продукту на одну особу населення на ринку сільськогосподарської продукції у сегменті виробництва, у розрізі окремих областей України, із застосуванням якісної характеристики землі, відображеної у грошовій оцінці (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Залежність виробництва основних видів сільськогосподарської продукції в розрізі областей України від за якісної оцінки ріллі*, 2012 р.**

Група областей за якісною оцінкою ріллі, грн	Кількість областей	Вироблено з розрахунку на одного жителя, кг						
		зерна	цукрових буряків	картоплі	овочів	м'яса	молока	яєць, шт.
I до 18010	6	964	221	583	211	36	192	329
II 18011- 22288	11	1265	614	596	201	48	305	501
III понад 22288	8	850	432	384	325	68	294	425
Загалом і в середньому в Україні	25	1014	404	510	220	49	250	419

* Станом на 01.01.2012 р. середня нормативна грошова оцінка 1 гектара ріллі з урахуванням коефіцієнта індексації, який складає 1,756, становить: АР Крим – 24651,4 грн; Вінницька область – 22063,8 грн; Волинська – 19975,2 грн; Дніпропетровська – 21701,9 грн; Донецька – 23255,1 грн; Житомирська – 13732,3 грн; Закарпатська – 17502,8 грн; Запорізька – 22579,0 грн; Івано-Франківська – 19060,9 грн; Київська – 21328,7 грн; Кіровоградська – 21417,1 грн; Луганська – 17693,1 грн; Львівська – 17762,8 грн; Миколаївська – 17589,9 грн; Одеська – 18755,8 грн; Полтавська – 23156,7 грн; Рівненська – 20951,7 грн; Сумська – 19635,2 грн; Тернопільська – 21170,9 грн; Харківська – 21691,2 грн; Херсонська – 23085,4 грн; Хмельницька – 23019,1 грн; Черкаська – 26564,8 грн; Чернівецька – 22687,5 грн; Чернігівська – 16294,6 грн [5].

** Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Розрахунки і дані табл. 3.3 засвідчують, що в розрізі груп областей не простежується тенденція чіткої залежності обсягів виробництва основних видів сільськогосподарської продукції з розрахунку на одного жителя від якісної оцінки ріллі господарств. Найефективніше використання землі сільськогосподарськими виробниками спостерігається у підприємствах II групи, де в середньому вартісна оцінка одного гектара ріллі складає 20,7 тис. грн. Господарства, що входять до цієї групи областей, у 2012 р. з розрахунку на одну особу виробили зерна на 251, цукрових буряків – 210, картоплі – 86 і молока – 50 кг більше, ніж загалом і в середньому в Україні і, відповідно, усіх без винятку видів продукції більше проти господарств III групи, у яких грошова оцінка землі є значно вища і складає понад 22288 грн. У них з розрахунку на одну особу вироблено зерна – на 415, цукрових буряків – на 182, картоплі – на 212, молока – на 113 кг і одержано яєць на 76 шт. менше, ніж у господарствах II групи областей. Водночас підприємствами II групи одержано овочів на 19 кг з розрахунку на одну особу менше, ніж у середньому в Україні.

Отже, рівень якості земель неадекватно відображає їх віддачу. Це зумовлено тим, що, по-перше, до III групи увійшли області з високою густотою населення, такі як Донецька, Чернівецька, АР Крим, Запорізька, а по-друге, орні землі цих областей, що використовуються у сільськогосподарському виробництві, складають незначну частку загальної території.

Крім зазначених причин, на відхилення результатів виробництва основних видів продукції, з розрахунку на одну особу, на нашу думку, мала негативний вплив наявність землі, що не використовується у сільськогосподарському виробництві. Наприклад, у Львівській області, за даними статистичної звітності, понад 38 % ріллі, що перебуває у володінні господарств населення, не обробляється. А в цілому в Україні частка ріллі, що не оброблялася, у 2012 р. сягала 14,5 %.

Зовсім не високі показники виробництва продукції порівняно із середніми в Україні мають господарства I групи. Господарства областей цієї групи виробили зерна на 50 кг, цукрових буряків – 183, м'яса – 13 і молока на 58 кг менше, ніж загалом і в середньому в Україні. До I групи належать такі області, як Чернігівська, Житомирська, Миколаївська, Закарпатська, Луганська та Львівська. Території зазначених областей мають велику кількість ділянок низької якості, і аналітичне групування не може врахувати результати цих відмінностей від інших груп. До того ж, на нашу думку, методика грошової оцінки земель різної якості є дещо недосконалою.

У розрізі областей, на загальному фоні окремої області, не враховуються зональні особливості території на мікрорівні. Наприклад, нормативна грошова оцінка 1 гектара ріллі у Рівненській області в середньому становить 20,9 тис. грн, а в господарствах районів Млинівського, Дубенського, Радивилівського землі мають ще вищу якість, тоді як господарства Зарічнянського, Дубровицького, Володимирецького, що знаходяться у північній частині області, мають низькопродуктивні піщані ґрунти. Якщо брати за основу якісну оцінку як ринкову ціну одного гектара землі, то порівняно з вартістю земель товаровиробників Західної Європи українські землі є надто низької вартості.

На ефективність використання землі великий вплив мають також природно-економічні умови (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Виробництво основних видів продукції в розрахунку на одного жителя в розрізі регіонів, кг*

Регіон	Зерно		Картопля		Цукрові буряки		Овочі		Яйця, шт.		Молоко		М'ясо	
	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.	2010 р.	2012 р.
Захід	557	977	583	824	457	661	166	196	330	477	336	351	42	46
Схід	701	925	174	280	143	384	147	208	382	415	148	194	34	37
Північ	701	1451	674	1034	351	524	143	193	356	356	287	386	46	49
Південь	1151	809	190	190	4	14	296	500	344	360	204	225	37	37
Центр	2031	2388	698	682	1000	1165	205	242	518	553	420	407	110	117
Загалом і в середньому в Україні	858	1014	409	510	300	404	177	220	372	419	245	250	45	49

Захід – Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська, Хмельницька області; Схід – Полтавська, Донецька, Харківська, Дніпропетровська, Луганська, Запорізька; Північ – Чернігівська, Сумська, Житомирська, Волинська, Рівненська, Київська; Південь – АР Крим, Херсонська, Миколаївська, Одеська; Центр – Черкаська, Кіровоградська, Вінницька області.

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.4, у 2012 р. спостерігається чітка тенденція зростання виробництва зерна в усіх регіонах, за винятком Південного порівняно з 2010 р. Проте в розрізі окремих регіонів України є значні відхилення у рівні виробництва зерна на одну особу. Темпи зростання у 2012 р. є значно вищі в областях Півночі та Центру, де з розрахунку на одну особу вироблено відповідно на 750 і 357 кг більше проти 2010 р. У господарствах областей цих регіонів у 2012 р. вироблено також зерна

відповідно в 1,4 і 2,4 рази більше, ніж у середньому в країні. Натомість в областях Півдня у 2012 р. відбулося зменшення виробництва зерна з розрахунку на одну особу на 342 кг порівняно із 2010 р.

Слід також відзначити надзвичайно великий діапазон у виробництві зерна з розрахунку на одну особу населення у 2012 р. між областями Центру й Півдня. У господарствах областей Центру вироблено з розрахунку на одну особу зерна у 3 рази більше, ніж у господарствах Півдня. Аналіз засвідчує і дає підстави стверджувати, що Аграрному фонду України є доцільним господарства областей Центру визначити як основні і базові для здійснення інтервенції в разі форс-мажорних обставин на ринку зерна і в борошномельній промисловості.

Аналіз показує, що в господарствах Центру найкращі показники не лише з виробництва зерна, а й інших видів продукції. У 2012 р. всіх видів сільськогосподарської продукції з розрахунку на одну особу вироблено більше, ніж загалом і в середньому в Україні. Зокрема, цукрових буряків з розрахунку на одного жителя вироблено у 2,9 рази, молока в 1,6 і м'яса у 2,4 рази більше.

Це зумовлено тим, що до цієї групи входять області з високим рівнем якісної оцінки землі, такі як Вінницька, Кіровоградська та Черкаська, яким притаманні є і досить сприятливі кліматичні умови для вирощування зернових, цукрових буряків, кормових культур, а також у цих областях і створені економічні та технологічні можливості для розвитку тваринництва. Якби такого рівня виробництво основних видів продукції було досягнуто в господарствах інших регіонів, то можна було б з упевненістю стверджувати, що жителі України споживали б їх відповідно до науково обґрунтованих норм.

Нижчі результативні показники з виробництва основних видів сільськогосподарської продукції з розрахунку на одного жителя мають господарства Півночі, до якого входять Чернігівська, Рівненська, Волинська та інші області. Наприклад, овочів у 2012 р., з розрахунку на одну особу тут було вироблено в 1,1 рази, а яєць – в 1,2 рази менше проти рівня загалом і в середньому в Україні. Зате картоплі в господарствах областей цього регіону у 2012 р. з розрахунку на одну особу було вироблено у 2 рази, а зерна в 1,4 рази більше порівняно з показником загалом і в середньому в Україні.

Значно нижчим за середньоукраїнські показники є рівень результативної діяльності аграрних підприємств областей Східного регіону, до якого входять Полтавська, Донецька, Запорізька, Луганська, Дніпропетровська та Харківська області. У них з розрахунку на одну особу у 2012 р. було вироблено зерна на 89 кг, картоплі – на 230 кг, молока – на 56

кг і м'яса – на 12 кг менше, ніж загалом і в середньому в Україні. Для сегментів виробництва і продукту на ринку сільськогосподарської продукції господарства цих областей мають значно нижчі природно-економічні умови. У цьому регіоні господарства мають менш родючі землі, спостерігається нерівномірність і недостатність опадів у час вегетації рослин та відносно високий рівень середніх температур, що інколи провокує посуху.

Однак на ринку сільськогосподарської продукції у сегменті продукту протягом років незалежності обсяги виробництва основних видів сільськогосподарської продукції галузі рослинництва в Україні хоча й мають тенденцію до зростання, проте окремі з них є строкатими в часі і значно нижчими порівняно з 1990 р. (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Виробництво основних видів сільськогосподарських культур в Україні
в усіх категоріях господарств, тис. т***

Продукція	1990р.	2000р.	2010р.	2012р.	2013р.	2013р. до 1990р., %
Зернові та зернобобові культури	51009,0	24459,0	39270,9	46 216,2	62997,0	123,5
Цукрові буряки (фабричні)	44264,5	13198,8	13749,1	18438,9	10747,1	24,3
Картопля	16732,4	19838,1	18704,8	23250,1	22258,6	133,0
Овочі	6666,4	5821,3	8122,4	10016,7	9872,4	148,1
Плоди та ягоди	2901,7	1452,6	1746,4	2008,7	2295,3	79,1

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Так, дані табл. 3.5 свідчать, що цукрових буряків у 2013 р. вироблено лише чверть від обсягу 1990 р., а урожай плодів і ягід за відповідний період зменшився на 20,9 %. Основна причина зменшення обсягів виробництва цукрових буряків в Україні зумовлена втратою ринків збуту цукру, головними споживачами якого були республіки Радянського Союзу. Світовий же ринок нині заповнений дешевим цукром, виробленим із цукрової тростини країн Південної Америки. До того ж, зазначимо, що зі вступом України до СОТ, у нашу країну щорічно відповідно до умови і договорів завозиться на переробку близько 320 тис. тонн цукру-сирцю із тростини.

Динаміка виробництва плодів і ягід у сільському господарстві країни характеризується стійким зростанням, але обсягів виробництва рівня дореформеного періоду ще не досягнуто. Основними причинами є низькі темпи відродження виноградників після їх вирубки, з відомих причин, та

трансформація виробництва плодів і ягід безпосередньо у приватний сектор, що характеризується невисоким мотивом розвитку.

Упродовж років незалежності виробництво зернових є теж досить строкатим, але у 2013 р. зерна було вироблено на 11988 тис. тонн більше порівняно із 1990 р. Стійка тенденція до збільшення обсягів виробництва зерна простежується із 2010 р. Найбільше зібрано його у 2013 р. – на 38538 тис. т більше порівняно з 2000 р. Позитивні результати у зростанні обсягів виробництва зерна зумовлені в основному зміною структури виробництва. У 2013 р. частка посівів зернових була на 12,2 пункта більшою порівняно з 1990 р. Незначним було й зростання урожайності зернових. У 2013 р. з одного гектара зібрано на 4,8 ц більше, ніж у 1990 р.

За роки незалежності значно зросли обсяги виробництва картоплі та овочів у країні. Так, у 2013 р. картоплі було зібрано на 5526,2 тис. т, а овочів – на 3206 тис. т більше порівняно з 1990 р. Зростання обсягів цих видів продукції зумовлене, головним чином, трансформацією їх виробництва у фермерські та господарства населення. Наприклад, посіви картоплі у сільськогосподарських підприємствах за досліджуваний період зменшилися на 40,6 тис. га, тоді як у фермерських і господарствах населення вони зросли відповідно на 370,4 тис. га.

За досліджуваний період спостерігається й ріст урожайності картоплі та овочів в усіх категоріях господарств. Проте темпи зростання урожайності у сільськогосподарських підприємствах є вищими. Якщо у господарствах населення у 2013 р. зростання врожайності картоплі відбулося на рівні 39,7 ц/га, а овочів на – 53,8 ц/га порівняно з 1990 р., то у сільськогосподарських підприємствах цей показник зріс відповідно на 108,6 та 155,2 ц/га. Причому врожайність картоплі у сільськогосподарських підприємствах у 2013 р. є в 1,4 раза, а овочів – в 1,6 раза вищою, ніж у господарствах населення.

Подібна тенденція спостерігається і у виробництві основних видів продукції тваринництва (табл. 3.6).

Як свідчать дані табл. 3.6, в Україні на ринку сільськогосподарської продукції, у сегменті виробництва, продукують м'яса всіх видів у забійній вазі у 2013 р. на 726,6 тис. т більше порівняно з 2000 р. Це сталося за рахунок збільшення обсягів виробництва свинини і м'яса птиці. У 2013 р. свинини вироблено на 72,4, а м'яса птиці на 975,1 тис. т більше порівняно з 2000 р. Є великі позитивні зрушення і у виробництві іншої продукції птахівництва. Так, спостерігається стійка тенденція до нарощування виробництва яєць, яких у 2013 р. було вироблено у 2,2 раза більше порівняно з 2000 р. Проте обсяг виробництва м'яса в цілому далеко не відповідає потребам населення країни. За річної науково обґрунтованої

норми споживання 82 кг на одну особу у 2013 р. в Україні фактично спожито лише 52 кг.

Таблиця 3.6

Виробництво основних видів продукції тваринництва в усіх категоріях господарств в Україні*

Продукція	1990р.	2000р.	2010р.	2012р.	2013р.	2013р. до 1990р., %
М'ясо усіх видів (у забійній вазі), тис. т	4357,8	1662,8	2059,0	2209,6	2389,4	54,8
у т. ч.: яловичина та телятина	1985,4	754,3	427,2	388,5	427,8	21,5
свинина	1576,3	675,9	631,2	700,8	748,3	47,5
м'ясо птиці	708,4	193,2	953,5	1074,7	1168,3	165,0
Молоко, тис. т	24508,3	12657,9	11248,5	11377,6	11488,2	46,9
Яйця, млн шт.	16286,7	8808,6	17052,3	19110,5	19591,0	120,3

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Стійка тенденція до зниження у сегменті продукту на ринку сільськогосподарської продукції спостерігається у виробництві молока. Так, у 2013 р. його було вироблено на 1169,7 тис. т менше порівняно із 2000 р. Основною причиною зниження обсягів виробництва молока є скорочення поголів'я корів, яких у 2013 р. стало менше на 2449,5 тис. голів порівняно з 2000 р. Це відбулося переважно за рахунок зменшення поголів'я молочного стада у сільськогосподарських підприємствах. Якщо у 2000 р. поголів'я корів у зазначеній категорії господарств становило 1851,0 тис. гол., то у 2013 р. лише 575,2 тис. гол. А загалом у сільськогосподарських підприємствах поголів'я корів у 2013 р. зменшилося на 5616,4 тис. гол. порівняно із показником 1990 р.

За цей період зменшилося поголів'я молочного стада і у господарствах населення. У 2013 р. воно становило 88,9 % від рівня 1990 р. Основною причиною зменшення кількості корів є скорочення кількості господарств населення та небажання молоді, яка залишилася на селі, займатися цим видом діяльності через високу трудомісткість галузі та постійну прив'язаність сім'ї до оселі. Прогнози реформаторів, що за рахунок зосередження виробництва продукції молочного скотарства в господарствах населення значно зросте результативність і ефективність галузі, аж ніяк не виправдалися.

Недоліки, які мають місце у сегменті виробництва на ринку сільськогосподарської продукції зі створення продукції тваринництва, спричинили негативну різницю виробництва і споживання основних видів тваринницької продукції в Україні (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Співвідношення виробництва і споживання основних видів продукції сільського господарства в Україні на одну особу*

Продукція	2000 р.			2012 р.		
	виробництво на одну особу, кг	споживання на одну особу, кг	співвідношення виробництва та споживання, %	виробництво на одну особу, кг	споживання на одну особу, кг	співвідношення виробництва та споживання, %
Зерно	497	124,9	397,9	1014	109,4	926,9
Картопля	403	135,4	297,6	510	140,2	363,8
Овочі та продовольчі баштанні	118	101,7	116,0	220	163,4	134,6
Плоди та ягоди	30	29,3	102,4	44	53,3	82,6
М'ясо та м'ясні продукти	33,8	32,8	103,0	48,5	54,4	89,2
Молоко та молочні продукти	257,4	199,1	129,3	249,5	214,9	116,1
Яйця	179	166	107,8	419	307	136,5

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.7, у 2012 р. співвідношення виробництва і споживання з розрахунку на одну особу таких продуктів, як овочі і яйця, сягає відповідно 1,3 та 1,4 на користь виробництва. У зерновій та картоплярській галузі спостерігається високий позитивний запас, і показники у 2012 р. складають відповідно 9,3 та 3,6. Недостатнім є виробництво молока і м'яса в абсолютних обсягах, що не забезпечує відповідності їх споживання науково обґрунтованим нормам.

Співвідношення виробництва і споживання молока і м'яса складають відповідно 1,2 та 0,9. Це є наслідком радикального зменшення поголів'я як загалом великої рогатої худоби, так і, зокрема, корів в усіх категоріях господарств. За таких обставин у структурі обсягів виробництва валової продукції сільського господарства спостерігається збільшення частки рослинництва (табл. 3.8).

Динаміка обсягів валової продукції сільського господарства України*
(у постійних цінах 2010 р.), млн грн

Рік	Усі категорії господарств			у тому числі					
	валова продукція, всього	у т.ч.		сільськогосподарські підприємства			господарства населення		
		рослинництва	тваринництва	валова продукція, всього	у т.ч.		валова продукція, всього	у т.ч.	
					рослинництва	тваринництва		рослинництва	тваринництва
1990	282774	145502	137272	199161	117938	81223	83613	27564	56049
2000	151022	92839	58183	57998	45791	12207	93025	47048	45977
2010	194887	124554	70333	94089	66813	27276	100798	57742	43056
2011	233696	162436	71260	121054	92139	28915	112643	70298	42345
2012	223255	149233	74022	113082	82130	30952	110173	67103	43070
2013	252859	175895	76964	136591	103128	33463	116268	72767	43501
2013 до 2000, %	167,4	189,5	132,3	у 2,4 р.	у 2,3 р.	у 2,7р.	125,0	154,7	94,6
1990, %	89,4	120,9	56,1	68,6	87,4	41,2	139,1	у 2,6р.	77,6

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.8, загальний обсяг валової продукції сільського господарства України у постійних цінах 2010 р. за період 2000 – 2013 рр. має тенденцію до зростання, за винятком 2012 р. У 2013 р. у підприємствах усіх категорій було вироблено валової продукції на 101837 млн грн більше, ніж у 2010 р.

Хоча темпи зростання продукції тваринництва були нижчими від темпів зростання загалу виробленої продукції, проте спостерігається чітка тенденція до зростання її в динаміці. У 2013 р. обсяг валової продукції тваринництва зріс на 18781 млн грн проти показника 2000 р. Найкращий рівень зростання валової продукції у досліджуваному періоді спостерігався у 2011 р. і становив 1,4 відносно рівня 2010 р. Проте виробництво продукції рослинництва є строкатим. У 2012 р. валової продукції цієї галузі було

одержано на 13203 млн грн менше проти рівня 2011 р. і на 26662 млн грн менше проти рівня 2013 р.

Аналогічна тенденція спостерігається у виробництві валової продукції окремо сільськогосподарськими підприємствами і господарствами населення. Однак господарства населення значно знизили обсяги виробництва продукції галузі тваринництва. У 2013 р. ними було вироблено її на 2476 млн грн менше проти рівня 2000 р. і на 12548 млн грн менше проти рівня 1990 р. У цілому ж виробництво валової продукції всіма категоріями господарств ще не досягло рівня дореформеного періоду. У 2013 р. загальний обсяг валової продукції був нижчим на 29915 млн грн проти рівня 1990 р.

На ринку сільськогосподарської продукції, у сегменті виробництва, структура валової продукції впродовж 1990 – 2013 рр. зазнала значних змін у розрізі категорій виробників. Так, у 2013 р. частка сільськогосподарських підприємств була на 0,4 пункта меншою за частку господарств населення, тоді як у 1990 р. різниця в зазначеному співвідношенні становила 40,8 пункта (рис. 3.2).

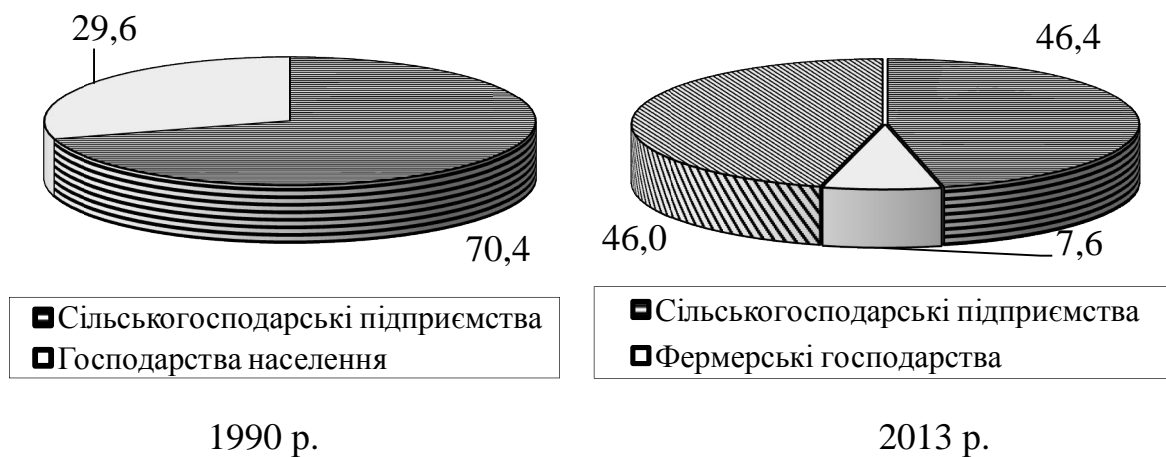


Рис. 3.2. Структура валової продукції сільського господарства за категоріями господарств України у 1990 – 2013 рр.*

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Зменшення частки виробництва продукції сільськогосподарських підприємств відбулося, головним чином, за рахунок переміщення виробництва окремих видів продукції, зокрема картоплі, овочів, м'яса, молока, у сектор господарств населення. Так, господарства населення у 2012 р. виробляли картоплі 96,7 %, овочів – 85,7 %, плодів та ягід – 81,6 % від загального обсягу виробництва. Порівняно незначну кількість виробляє

сектор господарств населення цукрових буряків і зернових, частка яких у 2012 р. склала у структурі валової продукції лише відповідно 8,7 і 21,9 %.

На перспективу передбачалося перемістити також виробництво продукції тваринництва у приватний сектор. Проте останніми роками, зокрема у 2012 р., господарства населення значно знизили частку виробництва у структурі продукції сільського господарства: м'яса – на 20,7 пункта, а молока – на 3,5 пункта проти 2005 р.

Основною причиною зниження обсягів виробництва продукції тваринництва у приватному секторі стало також послаблення кормової бази. В умовах планово-економічної системи колгоспи і радгоспи виділяли корми для населення, у такий спосіб забезпечуючи виробництво тваринницької продукції. Силами колгоспів організовувалася закупівля молока у населення, для чого виділявся транспорт і були обладнані приймальні пункти. До того ж укладалися договори і контракти колгоспів і радгоспів з населенням на предмет вирощування молодняку великої рогатої худоби. Усе це зумовлювало збільшення загальних обсягів виробництва продукції молока і м'яса у сегменті виробництва на ринку сільськогосподарської продукції.

За період 1990 – 2013 рр. відбулися значні зміни у галузевій структурі валової продукції сільського господарства України, і на жаль, не на користь виробництва продукції галузі тваринництва (рис. 3.3).

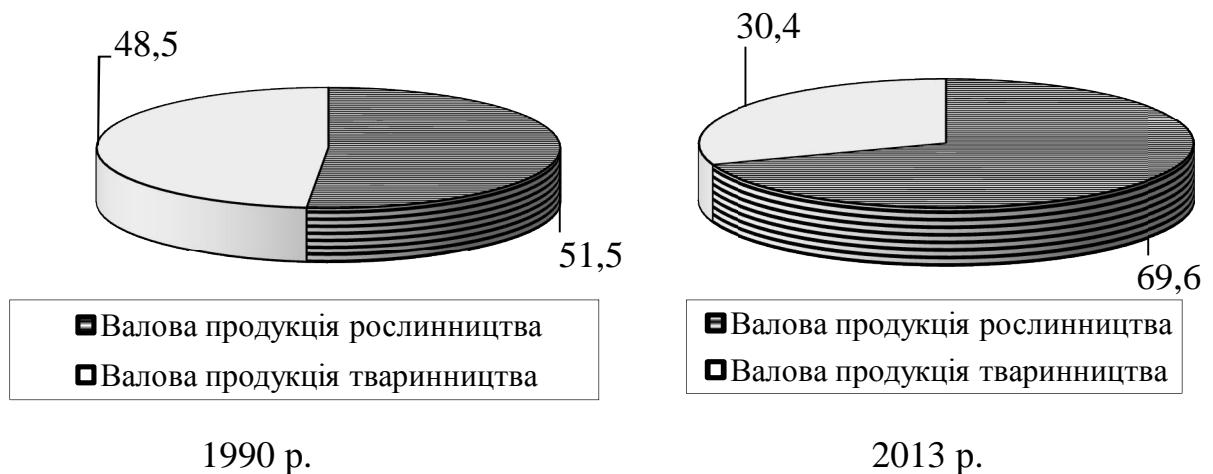


Рис. 3.3. Галузева структура валової продукції сільського господарства у 1990 - 2013 рр.*

*Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Якщо у 1990 р. частка валової продукції тваринництва складала 48,5 %, то у 2013 р. вона зменшилася на 18,1 пункта. Відповідно зросла й частка виробництва валової продукції рослинництва. Зменшення обсягів

виробництва валової продукції тваринництва не є прийнятним для суспільства. Населенням країни катастрофічно зменшилося споживання м'яса, особливо вітчизняного виробництва. Якщо у 1990 р. на одну особу споживалося 68,2 кг м'яса в рік за виробництва 84,0 кг на особу, то у 2000 р. – лише 32,8 кг.

Із 2005 р. тенденція набула позитивної динаміки і у 2012 р. на одну особу в Україні споживалося 54,4 кг за виробництва 48,5 кг на одну особу, що є на 27,6 кг менше проти рівня науково обґрунтованих норм споживання. Якщо скористатися коефіцієнтом 0,8 виходу м'яса у забійній вазі, то є очевидним, що у складі спожитого на одну особу м'яса близько 15 кг становить імпортований продукт.

З розвитком ринкових умов та відповідної трансформації земельних відносин щорічно спостерігалася тенденція спаду виробництва в сільськогосподарських підприємствах, але на цьому фоні частка обсягу продукції господарств населення постійно зростала, що давало підстави прихильникам форм дрібнотоварного виробництва зробити висновки про високу їх стійкість й адаптування до ринкових умов. Безперечно, господарства населення відіграли важливу роль у час кризової ситуації в країні, коли в умовах дефіциту техніки, матеріальних і грошових ресурсів взяли на себе основний тягар у забезпеченні населення основними видами продовольства.

Проте, невиважені і необґрунтовані окремі трансформаційні дії владних структур у пошуку і формуванні „ефективного господаря“ на приватній основі у сегментах виробника і продукту на ринку сільськогосподарської продукції асоціювалися з використанням господарств населення як кращої форми господарювання, що в кінцевому підсумку призвело до дроблення земельних угідь та розтягування засобів праці крупних сільськогосподарських підприємств. Лозунг, що основна маса продукції рослинництва і тваринництва виробляється у господарствах населення і вони мають стати пріоритетною організаційною формою розвитку у сільському господарстві, спрацював не на їх користь. Досягнувши певних результатів, господарства населення за низкою об'єктивних і суб'єктивних причин та обставин вичерпали свої ресурсні можливості і стали здавати позиції. Ніколи ніхто з ініціаторів реформ не помічав, та й не хотів сприймати належним чином, що успіх функціонування господарств населення в минулому забезпечувався, головним чином, завдяки використанню ними ресурсного потенціалу, фактично безкоштовно, крупних сільськогосподарських підприємств.

Порушення диспаритету цін на промислову і сільськогосподарську продукцію знизило доходи сільських виробників, і вони не здатними були оновити матеріально-технічну базу. А зношеність наявних засобів праці та слабка забезпеченість їх технікою призвели до скорочення площі землі в обробітку, і особливо тієї, що перебуває у використанні господарств населення. До того ж відбувся катастрофічний спад поголів'я худоби у господарствах усіх форм власності і, як результат, сталася втрата місць праці, що спричинило виїзд великої кількості працездатного населення зі села в пошуках роботи, у тому числі й за кордон.

Стихійна дія ринкового механізму призвела до перевиробництва одних видів продукції, наприклад зерна, ріпаку, овочів і картоплі, які є менш затратними у виробництві, та спаду інших – молока та м'яса, як трудомістких видів. На ринку сільськогосподарської продукції у сегментах виробництва і продукту, правове регулювання відносин між підприємствами у сфері АПК, особливо з переробними, в умовах багатоукладності не забезпечувало відповідного партнерства. До того ж зубожіння матеріально-технічної бази, відсутність для сільських виробників пільгового кредитування, зростання невідповідності цін на промислову і сільськогосподарську продукцію, відсутність досконалих важелів регулювання відносин у сегментах виробництва і продукту з боку держави стали основними причинами того, що аграрний сектор країни і надалі перебуває в затяжній економічній кризі.

Інфраструктура ринку сільськогосподарської продукції в Україні як на національному, так і регіональному рівнях розвивається не достатньо, а відсутність реальної державної підтримки розвитку аграрного сектору значною мірою і нині негативно позначається на діяльності сільськогосподарських підприємств, а тому незадовільно вирішується проблема забезпечення населення країни продуктами харчування за науково обґрунтованими нормами. У результаті цього у Львівській області кількість господарств населення стала зменшуватися і спадають результати їх господарської діяльності (табл. 3.9).

Лише протягом 2000 – 2013 років у Львівській області кількість господарств населення скоротилася на 55700 одиниць, проте площа сільськогосподарських угідь у їх користуванні зросла на 24,6 %, а ріллі – на 36,1 %. З розрахунку на одне господарство площа сільськогосподарських угідь у 2013 р. зросла на 0,7 га і ріллі відповідно на 0,7 га порівняно з 2000 р. Збільшення обсягів земельних ресурсів у користуванні господарств населення зумовлене банкрутством багатьох сільськогосподарських

підприємств у зв'язку з відсутністю можливості механізованого обробітку та припиненням відносин оренди деяких власників земельних паїв.

Таблиця 3.9

**Ресурсний потенціал виробників сільськогосподарської продукції
Львівської області***

Показник	Сільськогосподарські підприємства		Господарства населення	
	2000р.	2013р.	2000р.	2013р.
Кількість, од.	624	1450	343800	288100
Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	489,1	230,4	642,8	801,1
з них: рілля	377,8	193,8	388,1	528,2
Площа ріллі, що не використовується у виробництві, тис. га	134,7	-	77,1	205,6
у %	35,6	-	19,7	38,9
Площі посівів, га:				
зернові та зернобобові, всього	193174	182 685	73780	120227
цукровий буряк	15640	15539	10721	796
картопля	1396	1990	104609	92575
овочі	1603	1349	18162	23045
Поголів'я на кінець року, тис. гол.: великої рогатої худоби	103,4	25,3	462,2	225,2
у т.ч. корів	36,1	9,2	300,8	143,2
свиней	19,8	127,9	241,1	178,4
птиці	425,3	3850,2	5841,6	4975,9
Наявність на кінець року, шт.: трактори, міні-трактори і мотоблоки	9265	2628	2112	2708
зернозбиральні комбайни	2307	756	631	1553
бурякозбиральні комбайни	386	62	-	-
картоплезбиральні комбайни	159	120	-	-
Інвестиції в основний капітал, млн грн	75,1	354,9	-	-
до інвестицій в економіку області, %	1,6	3,2	-	-

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Відсутність тракторів і сільськогосподарських машин у багатьох господарствах населення спричинила зменшення площі оброблюваної землі в області. У 2013 р. частка необроблювальної землі в господарствах населення зросла на 19,2 пункта і складає 205,6 тис. га, що на 198,5 тис. га

більше проти 2000 р. За досліджуваний період кількість підприємств збільшилася на 826 одиниць, але площі сільськогосподарських угідь у їх користуванні зменшилися на 258,7 тис. га. У середньому на одне господарство у 2013 р. припадало сільськогосподарських угідь на 446,5 га менше проти показника 2000 р. Можна припустити, що це сталося за рахунок трансформації окремих господарств населення у категорію сільськогосподарських підприємств.

Значно змінилася й структура посівів сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств. У структурі нині домінуюче місце посідають площі, засіяні зерновими культурами і картоплею. Так, у 2013 р. посіви зернових у структурі посівів сільськогосподарських підприємств зросли на 43 пункти, а у господарствах населення на 13,6 пункта проти 2000 р. Посіви картоплі у сільськогосподарських підприємствах дещо зросли і у 2013 р. були на 594 га більшими порівняно з 2000 р., а в господарствах населення, навпаки, посіви картоплі зменшилися на 12034 га проти 2000 р., тоді як посіви овочів зросли за відповідний період на 4883 га.

Така структура та незначні площі посівів у господарствах населення унеможливають впровадження раціональної сівозміни і ведення господарської діяльності на науково-технічній основі. До того ж у регіоні є недостатньою кількість сільськогосподарської техніки для ведення господарської діяльності господарствами населення. На один фізичний трактор у 2013 р. припадало 295,8 га, що перевищує нормативне навантаження у 5-6 разів. За таких обставин у виробництві продукції близько 30 % господарств населення використовують ручну працю і близько 15 % – тяглову силу. На перспективу механізувати виробничі процеси у господарствах населення через відсутність технічних засобів практично неможливо. У зв'язку з цим починаючи із 2003 р. господарства населення втрачають свою домінуючу роль у виробництві валової продукції і набувають нового якісного значення як виробники сільськогосподарської продукції для особистого споживання.

Для обґрунтування доцільності вибору організаційно-правових форм господарювання нами зроблено спробу порівняти окремі показники виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств і господарств населення Львівської області, що функціонують у сегментах виробництва і продукту на ринку сільськогосподарської продукції (табл. 3.10).

Як свідчать дані табл. 3.10, у 2013 р. обсяги виробництва валової продукції господарств населення у постійних цінах 2010 р. зменшилися на 263,6 млн грн проти 2005 р., зате валова продукція у сільськогосподарських підприємствах за відповідний період зростає у 3,6 рази.

Таблиця 3.10

Результативність діяльності господарств Львівської області*

Показник	Сільськогосподарські підприємства		Господарства населення	
	2005р.	2013р.	2005р.	2013р.
Валова продукції у постійних цінах 2010 р., млн грн	738,8	2626,1	6390,9	6127,3
у т.ч. рослинництва	493,6	1688,2	2995,9	3512,1
тваринництва	245,2	937,9	3395,0	2615,2
Валова продукція 2013 р. до 2005 р., %	х	у 3,6 р.	х	96,0
Урожайність, ц/га:				
зернові та зернобобові	19,7	43,6	27,7	33,4
цукрові буряки (фабричні)	204	406	190	289
картопля	91	232	131	165
овочі	110	173	188	188

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Зменшення виробництва продукції у господарствах населення відбулося, головним чином, за рахунок зменшення обсягів виробництва продукції тваринництва, якої у 2013 р. вироблено на 779,8 млн грн менше проти 2005 р., тоді як у сільськогосподарських підприємствах обсяги виробництва продукції галузі тваринництва зросли у 3,8 раза.

Спостерігається ріст виробництва продукції рослинництва за досліджуваній період як у сільськогосподарських підприємствах, так і в господарствах населення, але темпи зростання є різні. У сільськогосподарських підприємствах вони складають 3,4 раза, а у господарствах населення лише 1,2 раза.

У галузі рослинництва в господарствах населення порівняно із сільськогосподарськими підприємствами у 2013 р. спостерігається значно нижча урожайність сільськогосподарських культур. Так, зернових зібрано на 10,2, картоплі – на 67, а цукрових буряків – на 17 ц/га менше і лише овочів у приватному секторі зібрано на 15 ц/га більше.

Зростання в сегменті виробництва обсягів продукції в натуральному виразі сільськогосподарськими підприємствами значно покращило їх місце у загальній структурі обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в області. Якщо у 2005 р. частка сільськогосподарських підприємств у виробництві валової продукції становила лише 10,4 %, то у 2013 р. вже 30 %. Відповідно частка галузі рослинництва сільськогосподарських

підприємств у 2013 р. зросла на 18,4 пункта, а галузі тваринництва – аж на 19,7 пункта проти рівня 2005 р.

Господарства населення, навпаки, у 2013 р. знизили свою частку у виробництві валової продукції сільського господарства Львівської області до 70 пунктів проти 89,6 пункта у 2005 р., а в галузі рослинництва – з 85,9 до 67,5. Ще більшими відмінностями у господарствах населення характеризується виробництво тваринницької продукції. У 2013 р. їх частка у загалі тваринницької продукції становить 73,6 проти 93,9 пункта у 2005 р.

Виходячи із сучасного досвіду роботи господарств населення Львівської області та показників результативності їх господарської діяльності можна дійти висновку, що подальше їх функціонування на ринку сільськогосподарської продукції у сегментах виробництва і продукту як виробників відбуватиметься із значними труднощами.

Низка суб'єктивних і об'єктивних чинників ускладнює ефективність розвитку господарств населення у сучасній їх формі та стримує розширення виробничої їх діяльності на перспективу. Водночас, доцільність розвитку малих форм господарювання зумовлена економією капітальних вкладень у сільське господарство, їх існування є джерелом забезпечення додаткових надходжень сільським родинам і збереження працевзабезпечення сільського населення. З таких позицій господарства населення можуть розглядатися на перспективу як необхідна форма господарювання в аграрному секторі економіки.

Тенденція укрупнення, а не роздрібнення і розпорошення, яка домінує у світі, має значні переваги і забезпечує прогрес розвитку продуктивних сил суспільства. Про залежність ефективності діяльності підприємств від концентрації земельних угідь з розрахунку на одне господарство свідчать дані табл. 3.11.

Як бачимо (див. табл. 3.11), із збільшенням розміру земельної площі ефективність використання землі в господарствах зростає. Так, у III групі підприємств, де в середньому на одне господарство припадає 1830 га сільськогосподарських угідь, одержано на 100 га сільськогосподарських угідь прибутку на 439,4 тис. грн більше, ніж у цілому і в середньому у підприємствах області, і на 891,7 тис. грн більше, ніж у господарствах I групи. Рівень рентабельності є вищим відповідно на 30,6 та 72,8 пункта. Характерним є те, що спостерігається тенденція пропорційності між розміром земельної площі підприємства і показниками його діяльності. У III групі, де в середньому площа земель на одне господарство є удвічі більшою, ніж у II групі, одержано прибутку на 100 га сільськогосподарських угідь та

на одного працівника теж у два рази більше, а рівень рентабельності є вищим на 44,2 пункта.

Таблиця 3.11

Вплив розміру земельної площі на ефективність її використання у сільськогосподарських підприємствах Львівської області, 2013р.*

Група сільськогосподарських підприємств за розміром земельної площі, га	Кількість сільськогосподарських підприємств у групі, од.	Припадає в середньому сільськогосподарських угідь на одне сільськогосподарське підприємство, га	Отримано прибутку на:		Рівень рентабельності (збитковості), %
			100 га сільськогосподарських угідь у середньому, тис. грн	одного середньорічного працівника, тис. грн	
I – до 510	63	597,8	-37,4	-2,4	-6,5
II – 510,1 – 950,0	78	910,5	427,8	53,7	32,1
III – понад 950,0	45	1830,3	854,3	112,1	76,3
У цілому і в середньому в області	186	1313,2	414,9	63,6	35,7

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

На великих земельних ділянках, як правило, є можливість запровадити раціональні сівозміни, використовувати широкозахватні та потужні агрегати, зменшити витрати пального на непродуктивних переїздах. Цього можна досягти за рахунок диверсифікації напрямів землекористування на ринку сільськогосподарської продукції, і передусім об'єднання окремих роздільних ділянок-паїв у компактні земельні масиви (рис. 3.4).

Розрахунки вчених та багаторічний практичний досвід українських аграріїв доводять, що оптимальні площі, які забезпечують ефективну організацію робіт з використання землі для господарств Степу України мають становити 4 – 5 тис. га орних земель, для Лісостепу – 2 – 4 тис. і для Полісся – 1,5 – 2,5 тис. га [60, с. 65].

За останнє десятиліття, як свідчать дослідження вчених Національного наукового центру „Інститут аграрної економіки”, у цілому в Україні спостерігається тенденція до концентрації і зростання площ земельних угідь у сільськогосподарських підприємствах. Якщо у 2001 р. на сільськогосподарські підприємства з площею використання понад 8 тис. га

припадало 5,3% земель, то у 2009 р. такі підприємства уже вели господарську діяльність на площі 20,5% сільськогосподарських угідь країни [54, с. 29]. Така концентрація земельних угідь відбувається переважно за рахунок вкладання інвестицій в основний капітал господарюючими суб'єктами, у вигляді агрохолдингів та агрокомпаній.

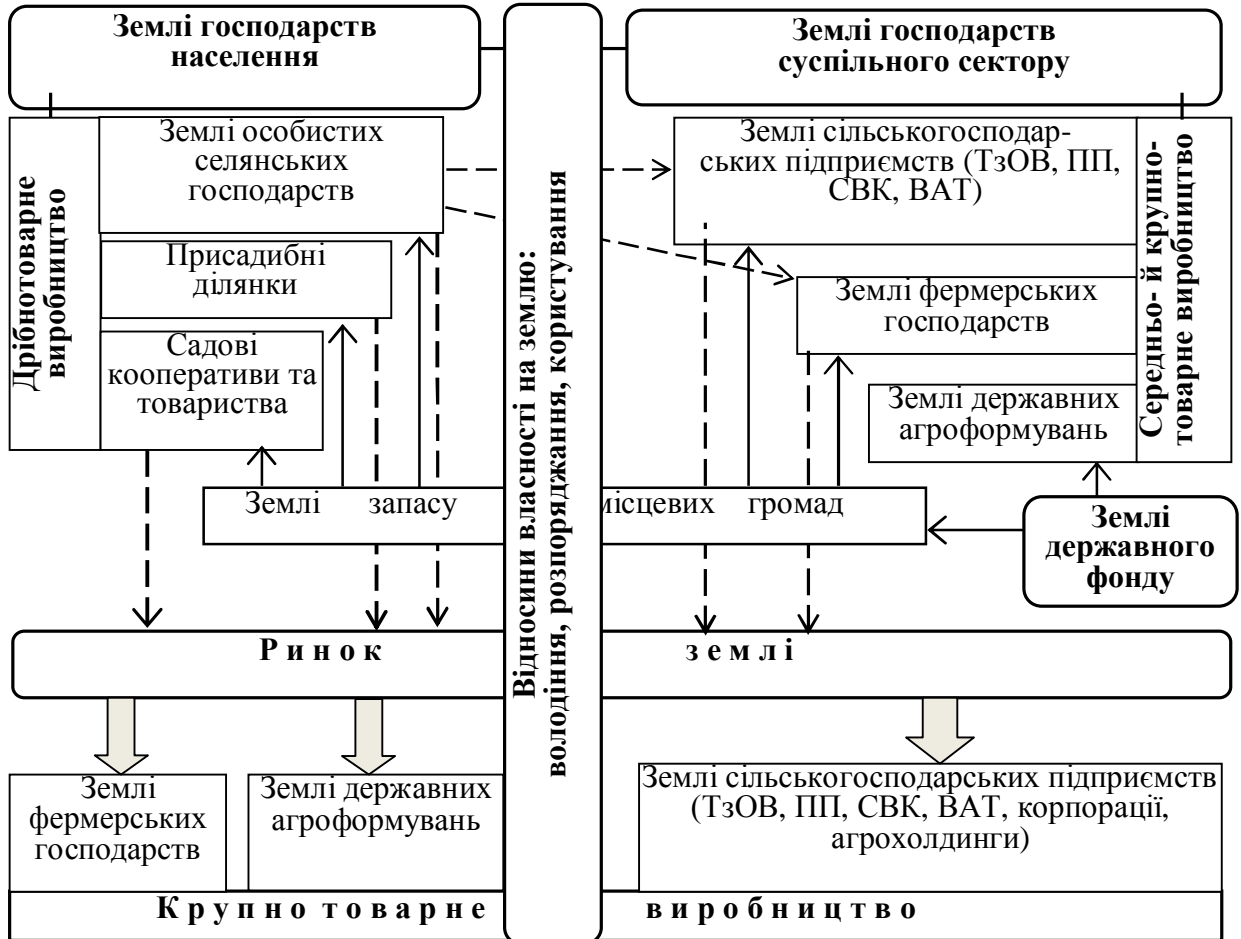


Рис. 3.4. Диверсифікація напрямів землекористування на ринку сільськогосподарської продукції.

Окремі науковці намагаються досвід зі створення крупних землекористувачів видати як напрям розвитку організаційних структур сільського господарства на перспективу, що створюють і забезпечують умови для запровадження у виробництво нових технологій, залучення до роботи висококваліфікованих кадрів, сприяння розвитку сфери соціальної інфраструктури, мінімізації ризиків і контролю за витратами на всіх стадіях суспільного виробництва від початку до доведення готових продуктів до споживачів.

Без сумніву, володіючи великим грошовим капіталом, окремі підприємці купують високопродуктивні сільськогосподарські машини і обладнання й намагаються впроваджувати у виробництво нову техніку і

технології і на цьому ґрунті виробляти більше продукції, вищої якості за менших трудових і матеріальних затрат. Але це здебільшого відбувається на виробництві продукції галузі рослинництва і особливо зерна, де доступніше і в менших обсягах вкладаються інвестиції, менше виникає виробничих ризиків, пов'язаних з матеріально-технічним забезпеченням, особливо сировиною і матеріалами промислового походження, використанням людського фактора тощо, ніж у галузі тваринництва. Та й дохідність від реалізації продукції галузі рослинництва на вкладений капітал є значно вищою порівняно з галузями тваринництва.

Однак у реальних умовах господарювання у крупних землекористувачів виникають негаразди різної складності. Наприклад, не завжди до роботи на нових машинах залучаються висококваліфіковані механізатори. Фактично підприємства використовують кадри, що набули фахових професій і працювали ще у колективних господарствах і які не мають сучасної цільової підготовки для роботи на нових машинах. Тому не на повну потужність і не завжди раціонально, а інколи й незадовільно використовується техніка.

Через значні відстані між окремими підрозділами і центральною садибою підприємства, розпорошеність орендованих земель у просторі, утруднюється управління виробництвом, у результаті чого проявляється неорганізованість і неузгодженість роботи виробничих структур, відбуваються збої у ритмічності й дотриманні строків виконання технологічних процесів тощо.

Тому укрупнення, або, іншими словами, концентрація земельних угідь у землекористувача має відбуватися в раціональних межах. Та й укрупнення аграрних підприємств доцільно розглядати у форматі вертикальної інтеграції, вибираючи досконалу модель бізнесової структури з використанням інноваційних технологій на основі різних форм власності. При цьому оптимальний розмір сільськогосподарського підприємства не обов'язково повинен відповідати оптимальному розміру підприємства, що переробляє сільськогосподарську сировину, оптимум якого залежить від різних чинників, у тому числі й від ступеня транспортабельності різних видів сировини.

Багато вчених-аграріїв розуміли, що приватизація, як така, не замінила товаровиробникам необхідних матеріальних і фінансових ресурсів. До того ж держава втратила функції прогнозування і регулювання земельних відносин, організації раціонального використання земельних ресурсів, що спричинило нехтування принципами землеустрою в цілому. Держава безпідставно відмовилась від цілеспрямованого регулювання ринкових

відносин у потрібних для самого ринку напрямках. Як наслідок, замість того, щоб поліпшити державне управління в галузі, реформа тут обернулася новими проблемами та можливостями для розвитку бюрократії і корупції [241, с. 60].

Отже, у перспективі на ринку сільськогосподарської продукції, у сегментах виробництва і продукту, можуть існувати лише ті господарства, які здатні змінити якісні параметри власного розвитку, а відтак і покращити результативні показники свого функціонування. А це є можливим лише за умови концентрації і спеціалізації виробництва, яке забезпечить широке впровадження у виробництво нових технологій та механізації виробничих процесів на основі якісних і продуктивних машин та застосування передових надбань аграрної науки й досягнень науково-технічного прогресу. Такі умови можуть мати і забезпечити лише крупні сільськогосподарські підприємства, сформовані відповідно до науково обґрунтованих розмірів стосовно природно-економічних зон України.

3.2 Товарорух продукції у сегментах реалізації і споживача

Вибір виготовлення виду продукції і застосування аграрними виробниками відповідної технології її виробництва підпорядковується, передусім, можливості одержання ними максимальних обсягів при залученні мінімальної кількості ресурсів. Наступними їх намірами є вдало реалізувати одержаний натуральний продукт споживачам чи переробити його на власному підприємстві і продати готовий до вживання продукт, одержавши максимальний зиск, який би забезпечив повернення вартості витрачених ресурсів з урахуванням можливості розширення виробництва і задоволення власних інтересів.

За таких умов стадія обміну на завершальному етапі сегментів виробництва і продукту на ринку сільськогосподарської продукції для аграрних виробників набуває рис, що характеризують її не як економічне явище, а, швидше, як комерційну діяльність виробників. Виробники на рівні своєї діяльності, у силу виробничих обставин, змушені сприймати різні способи реалізації, у тому числі розглядати можливість транспортування товару до споживача. Доставляючи продукт виробництва до споживача, обмін завершує процес виробництва, водночас він і продовжує процес для підприємств переробки, що починається з виробництва і визначається ним [71].

Нині у формуванні загального ринку сільськогосподарської продукції вагоме місце відводиться функціонуванню оптових і торгових ринків, де товаровиробники самостійно реалізують певну кількість виробленої ними продукції безпосередньо споживачам. У зв'язку з цим не зовсім коректно зводити поняття ринку лише до сфери обігу, тобто до сфери реалізації продукції. Сучасний ринок сільськогосподарської продукції – це важлива складова економічної системи господарювання в умовах якої тісно взаємодіють ринковий механізм і численні державні регуляторні інститути з управління економікою, оподаткування, цінового регулювання тощо.

Створення і функціонування ринку сільськогосподарської продукції насамперед зумовлене інтересами товаровиробників, які потребують надійного і стабільного механізму реалізації їхньої продукції. Реалізація продукції є кінцевим етапом суспільного виробництва і відображає досягнення мети діяльності виробників стосовно надання споживачам найвищої цінності – якісної продукції і, як наслідок, одержання доходу.

Обсяг та асортимент реалізованої продукції зумовлюють і визначають рівень участі кожного окремого товаровиробника у процесі суспільного виробництва. Процес узгодження попиту і пропозиції на продукцію, зумовлений суспільними потребами, носієм яких є споживачі, свідчить про оптимальність структури виробництва, його обсягів і розподілу продукції. Виробництво продукції повинно бути зосередженим на задоволенні потреб споживачів, щоб уникнути на ринку ситуації перенасичення або дефіциту окремих товарів, а відтак забезпечити збалансованість і пропорційність розвитку всіх галузей сільського господарства.

Водночас відносини на ринку сільськогосподарської продукції є своєрідними, зумовленими великою кількістю виробників, неоднорідністю за вподобаннями споживачів, наявною кон'юнктурою і способами просування продукції, споживчою її вартістю, призначенням і використанням тощо. Через це вони не є сталими і їх розвиток відбувається адекватно потребам і видам обміну в суспільстві.

Частина продукції, що виробляється сільськогосподарськими виробниками, безпосередньо використовується ними для забезпечення подальшого процесу виробництва. Вона може використовуватися у формі насіння, кормів, добрив тощо. У зв'язку з цим вироблена продукція окремих видів не вся реалізується. Ту частину продукції, яка реалізується споживачам поза межами підприємства, на торговому ринку, населенню, підприємствам громадського харчування та іншим організаціям, називають товарною, а за яку одержані гроші – реалізованою. Таким чином, товарна і реалізована продукція не є тотожними і поняття товарна продукція є

ширшим. Показником, що характеризує товарність виробництва валової продукції, є рівень товарності, який визначається як відсоткове відношення обсягу товарної продукції до валової. Рівень товарності визначають для кожного окремо виду продукції, використовуючи натуральні вирази:

$$P_T = \frac{T_{\Pi}}{B_{\Pi}} \times 100\%, \quad (3.1)$$

де T_{Π} – обсяг товарної продукції, т;

B_{Π} – обсяг валової продукції, т.

За умов, коли вся продукція, що вироблена, стає товарною і реалізується, це свідчить про економічну активність підприємства на шляху від виробника до споживача. Реалізація сільськогосподарської продукції значною мірою залежить від фізичної якості, цілеспрямованих дій і затрат сільськогосподарських виробників, територіального поділу виробників і споживачів сільськогосподарської продукції й затрат у галузях переробки і торгівлі.

Підвищення ефективності реалізації сільськогосподарської продукції зумовлене насамперед тісними економічними зв'язками між виробником і споживачем. Для досягнення її найвищого рівня товаровиробники повинні постійно враховувати і потреби споживачів і їх вимоги до кінцевої продукції стосовно відповідної якості, асортименту та строків поставки, а споживачі – адекватно реагувати на ціну, за якої виробники будуть спроможними забезпечити відтворення продукту. Про обсяги реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами в Україні та рівень товарності свідчать дані табл. 3.12.

Як бачимо (див. табл. 3.12), спостерігається зростання рівня та обсягів поставок продукції на сільськогосподарський ринок. У 2012 р. сільськогосподарськими товаровиробниками збільшено обсяги реалізації споживачам усіх основних видів продукції. Так, у 2012 р. обсяги реалізації зерна, плодів і ягід, худоби та птиці у живій вазі, яєць, овочів і картоплі збільшено від 1,7 до 3,7 раза порівняно з 2005 р. Проте нижчі показники росту спостерігається в реалізації молока, лише в 1,1 раза, а цукрових буряків поставлено на ринок на 139,4 тис. т менше проти рівня 2005 р. Спостерігаються й суттєві зміни у рівні товарності продукції. Загалом у 2012 р. він був вищим майже в усіх видів продукції порівняно із 2005 р., за винятком цукрових буряків, рівень товарності яких знизився на 26 пунктів.

Дані таблиці також засвідчують про зниження у 2012 р. рівня рентабельності виробництва картоплі, овочів, худоби, виробництво яких стало для сільськогосподарських підприємств збитковим, рівень

рентабельності виробництва молока знизився на 9,9, плодів – на 3,9, а яєць на – 35,7 пункта проти рівня 2005 р. Водночас, за досліджуваний період зріс рівень рентабельності зернових на 12,1, цукрових буряків – на 10,9 пункта.

Таблиця 3.12

Товарність основних видів продукції сільськогосподарських підприємств України*

Продукція	2005 р.			2012 р.			Реалізовано у 2012р. до 2005р., %
	реалізовано, тис. т.	рівень товарності, %	рівень рентабельності, %	реалізовано, тис. т.	рівень товарності, %	рівень рентабельності, %	
Зернові	19458,4	67,6	3,1	33668,8	93,3	15,2	173,0
Цукрові буряки	10956,3	90,2	4,8	10816,9	64,2	15,7	98,7
Картопля	116,9	48,7	17,8	437,8	57,8	-21,5	у 3,7 р.
Овочі	397,5	50,9	16,1	961,6	67,1	-6,8	у 2,4 р.
Плоди і ягоди	168,9	84,4	12,7	283,8	76,9	8,8	168,0
Худоба та птиця у живій вазі	902,4	153,4	-25,0	1736,4	136,6	-29,5	192,4
Молоко	2121,3	82,1	12,2	2360,1	93,1	2,3	111,3
Яйця, млн шт.	5700,3	88,3	23,5	11156,3	93,1	52,6	195,7

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Рівень товарності у господарствах населення у виробництві основних видів продукції є досить мінливим (табл. 3.13).

Якщо у виробництві продукції рослинництва рівень товарності у 2012 р. мав тенденцію до зростання порівняно з 2005 р., то у виробництві продукції тваринництва навпаки. Якщо, у 2012 р. рівень товарності під час реалізації зернових зріс на 5,2, картоплі – на 0,3, овочів – на 1,6 та плодів – на 5,2 пункта проти 2005 р., то в реалізації молока він знизився на 3,7, яєць – на 2,3, а худоби та птиці у живій вазі відповідно на 0,7 пункта порівняно з 2005 р. Основними причинами зниження рівня реалізації молока господарствами населення на ринку сільськогосподарської продукції стало збільшення обсягів його використання для власних потреб та реалізація місцевому населенню.

У сегменті реалізації на ринку сільськогосподарської продукції на фоні безпосереднього контакту виробника і споживача проявляються прості

відносини, у результаті яких обмін товару виробника на гроші покупця відбувається в один і той же час і в одному й тому ж місці.

Таблиця 3.13

Товарність основних видів сільськогосподарської продукції у господарствах населення України*

Продукція	2005 р.		2012 р.		Реалізовано у 2012р. до 2005р., %
	реалізовано, тис. т	рівень товарності, %	реалізовано, тис. т	рівень товарності, %	
Зернові	1451,8	15,7	2121,4	20,9	146,1
Цукрові буряки	2713,1	81,7	1331,7	83,2	49,1
Картопля	786,3	4,1	852,3	3,8	108,4
Овочі	718,2	11,0	1079,3	12,6	150,3
Плоди і ягоди	205,9	13,8	311,8	19,0	151,4
Худоба та птиця у живій вазі	424,2	42,0	401,1	42,7	94,6
Молоко	5665,3	51,0	4186,4	47,3	73,9
Яйця, млн. шт.	677,9	10,3	572,8	8,0	84,5

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

За таких обставин товар переходить із сегмента реалізації у сегмент споживача, і цей процес зумовлений узгодженістю їх дій. У результаті процесу трансформації продукція виробника із форми запасу у сегменті реалізації набуває форми засобу задоволення потреб членів суспільства у сегменті споживача.

Якщо у процесі простого товарно-грошового обміну товаровиробник і споживач вступали в безпосередній контакт на ринку сільськогосподарської продукції, то з появою торгівлі з'явилися нові суб'єкти ринкових відносин.

У ринкових умовах виробник може обирати різні шляхи реалізації виробленої продукції, але його бажання і зусилля спрямовуються на ті канали збуту, де немає зайвих турбот, вони характеризуються прозорістю, запропонованою і прийнятною ціною та умовами, за якими виробник одержує безпосередньо швидкий виторг. Збут продукції за своєю формою і сутністю є товарно-грошовими відносинами, які супроводжують процес обміну, за якого один з учасників одержує власність на продукт, а інший – його грошовий еквівалент.

На ринку сільськогосподарської продукції, як ні на якому іншому, спостерігається різновидність обміну у формі прямого товарно-грошового обміну між окремими виробниками і споживачами, за обставин безпосередньої їх участі у купівлі-продажу в сегменті реалізації. Інша частина продукції може надходити у сегмент споживача із сегмента реалізації за участі торгових посередників, якими можуть бути фізичні особи, магазини, фірми, торгові ярмарки, біржі, аукціони тощо, що являють собою різні канали реалізації.

Канали реалізації – це сукупність різних учасників, юридичних і фізичних осіб, які є посередниками збуту і беруть на себе або передають іншому право власності на той чи інший продукт. Загалом продукція від виробників надходить до кінцевих споживачів за прямими і непрямими каналами.

Переміщення товару прямими каналами відбувається безпосередньо від виробника до споживача на торговому ринку чи безпосередньо з поля. Прямі канали під час реалізації певного обсягу окремого виду продукції обмежують кількість учасників у цих товарно-грошових відносинах, за рахунок чого ціна на зазначену продукцію знижується. За умов прямого продажу продукції виробник, намагаючись вигідно її реалізувати, зобов'язаний враховувати всі побажання й вимоги споживача у процесі формування своєї виробничо-збутової діяльності, яка спрямовується на одержання максимального прибутку. Таким чином, виробник використовує як внутрішні свої резерви, виготовивши якісну продукцію і зумівши налагодити партнерські відносини в ході обмінних процесів, надавши споживачеві необхідний асортимент, реалізувавши продукцію, задовольнивши потреби в часі тощо, так і забезпечить покриття витрат ресурсів і одержання належного прибутку за рахунок споживача, який, позитивно оцінивши ставлення виробника, його підприємницький хист, погодився придбати товар за запропонованою ціною.

Прямі канали реалізації можуть бути безпосередньо між виробником і споживачем натуральної продукції та виробником і споживачем її як сировини. Відмінність їхніх інтересів полягає в тому, що споживач-переробник намагається одержати максимальний прибуток від реалізації готового продукту до споживання, а споживач безпосередньо натуральної продукції – найбільшу корисність від неї. Попит на продукцію-сировину споживача-переробника залежить від попиту споживачів на його кінцеву продукцію. Проте придбання продукції ними, поряд із великим виробничим значенням, має чималу соціальну вагу, сприяючи створенню робочих місць.

Рішення споживача-переробника про придбання мотивується виробничими інтересами, за якими стоїть інтерес колективу, тоді як рішення споживача – це рішення особи і мотивується власними потребами. До прямих каналів, за участі споживача-переробника як прямого каналу, можна віднести переробні підприємства, підприємства та організації громадського харчування (кафе, ресторани, їдальні тощо).

Прямі канали реалізації можуть бути і в перспективі мають стати доступними для всіх товаровиробників. Проте така форма реалізації можлива лише за умов налагодження власної торговельної системи одним або багатьма виробниками, використавши систему кооперативних та інтеграційних відносин. Використання прямих каналів на ринку сільськогосподарської продукції у сегменті реалізації зумовлюється ще й тим, що вони можуть бути, на перспективу, як орієнтир, оскільки наявні позитивні сторони суттєво відображають необхідні умови для здійснення обмінних процесів та формування відносин між їх учасниками (табл. 3.14).

Як свідчать позиції матриці, хоча сильні сторони прямих каналів є привабливими для виробника, проте сутність їх дії більше зорієнтована на задоволення потреб споживача. Поряд з тим, що для виробника суттєвим є зменшення витрат часу на реалізацію продукції за рахунок збуту її безпосередньо з поля, є й інші переваги прямого каналу. Для виробника практично відсутніми є трансакційні витрати, відпадає потреба у зберіганні власної продукції тощо. А для споживача вигідність цього каналу проявляється в тому, що зменшується час циклу перебування товару в запасі, за рахунок чого зберігається його якість, а найважливішим для обох учасників є те, що забезпечується прозорість відносин. Найсуттєвішими зі слабких сторін прямих каналів реалізації можна виділити як для виробника, так і споживача – слабку поінформованість про стан на ринку та обмеженість дії ринкового механізму.

Більша частина товарів надходить у сегмент реалізації і у сегмент споживача за непрямыми каналами, які переважають на ринку сільськогосподарської продукції. Вони функціонують як посередники у формі державних організацій, заготівельних посередницьких структур, переробних і торговельних підприємств та організацій, бірж, підприємств споживчої кооперації, випадкових фізичних осіб.

Наявність такої великої їх кількості зумовлена невлаштованістю і відсутністю чітко сформованої системи закупівлі сільськогосподарської продукції, де були б відповідні складські приміщення, холодильні установки тощо (рис. 3.5).

Матриця співвідношення сильних та слабких сторін прямих каналів у сегменті реалізації на ринку сільськогосподарської продукції

Сильні сторони	Слабкі сторони
Безпосередній контакт виробника і споживача	Слабка поінформованість виробників і споживачів про стан на ринку
Взаємний зиск виробника і споживача	Обмеженість альтернативи вибору продукції
Можлива реалізація продукції безпосередньо з поля	Висока розосередженість на території
Спрощена узгодженість обмінних процесів	Відсутність конкуренції
Відсутні трансакційні витрати виробника	Можлива загроза зриву продажу
Менші втрати продукції та її якості	Обмеженість вибору в часі
Прозорість відносин	Обмеженість дії ринкового механізму
Вчасна оплата за продукцію	Невідповідність ціни й вартості товару
Можливість торгу	Можлива монополізація відносин
Встановлення сталих стосунків	Обмеження формування обсягів
Можливість продажу в кредит	Відсутність товарних запасів
Відпадає потреба виробника у зберіганні власної продукції	Можливість форс-мажорних обставин
За необхідності можливе тимчасове зберігання продукції у виробника	Неконтрольованість з боку ринку
Стабільність попиту	Висока залежність від погодних умов
	Можливий тиск з боку заготівельних організацій
	Ціновий диспаритет

Виникнення та участь посередників в обмінних процесах змінили сам спосіб надходження продукції до сегмента споживачів. Посередник може сьогодні купити товар в одному місці за умов прямого товарно-грошового обміну і продати його через певний час в іншому місці споживачу. Таким чином, процес обміну у формі купівлі-продажу переростає у форму торгівлі і в такий спосіб збільшується тривалість життєвого циклу товару на ринку, яка може спричинити зростання його ціни.

Отже, реалізація товару посередником в іншому місці і в інший час спричинила виникнення вищої і окремої самостійної галузі обміну – торгівлі, яка виникла на завершальному етапі і забезпечила обмінні

відносини між виробниками і споживачами. За своєю суттю торгівля стала формою товарно-грошових відносин і сферою обігу товарів.

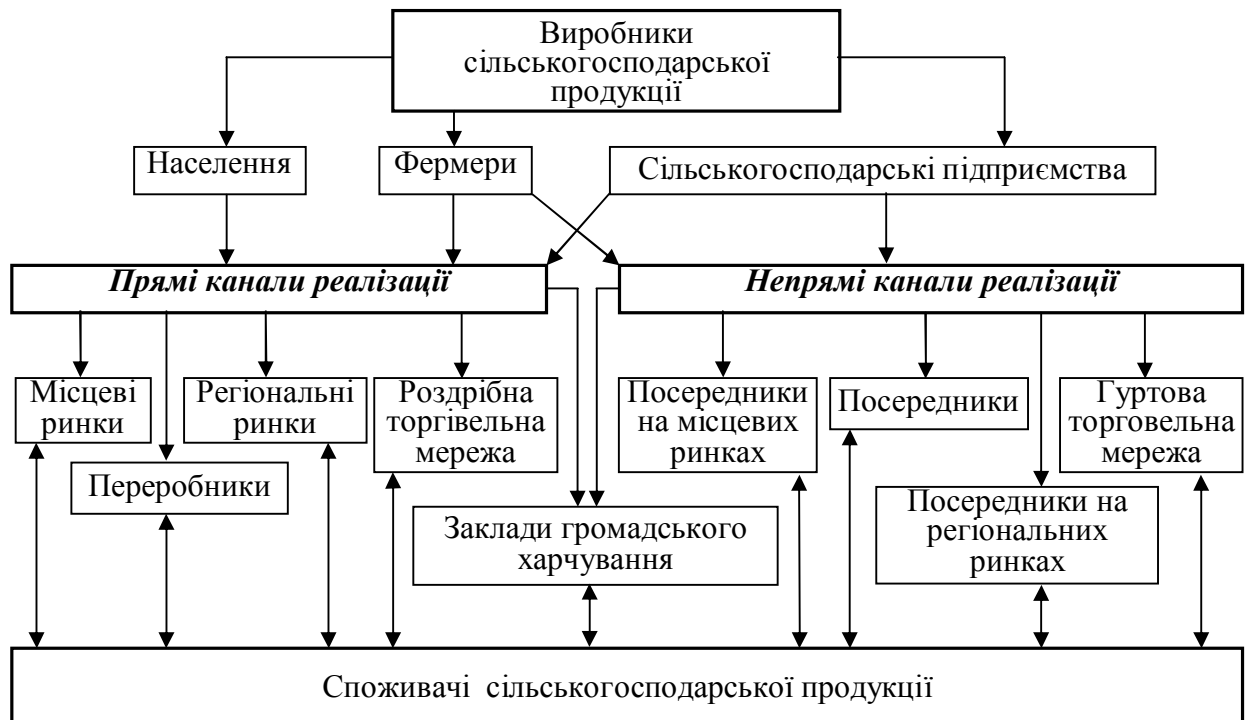


Рис. 3.5. Модель множинності каналів реалізації сільськогосподарської продукції.

Проте з появою посередників між виробниками і споживачами певною мірою ускладнилися відносини у суспільстві. За безпосереднього контакту виробники не завжди в повному обсязі включали в ціну товару понесені ними витрати на реалізацію продукції. Працівники ж сфери обігу включають у ціну товару не лише ту частину вартості, яку їм передали товаровиробники на реалізацію, що є продовженням процесу виробництва у сфері обігу (фасування, зберігання, навантаження тощо), а й ті затрати, які несуть продавці, виконуючи операцію торгівлі, і додають до ціни торговий прибуток. У результаті цього роздрібна ціна стає вищою на 40 % і більше, а іноді, наприклад на м'ясо, і на 70% порівняно з ціною виробника.

Функції посередників можуть забезпечувати як фізичні особи, в якості заготівельників, так і юридичні – заготівельно-збутові кооперативи, підприємства споживчої кооперації, біржі, аукціони тощо, які формують у структурі реалізації окрему групу „за іншими напрямками”. Ця категорія каналів реалізації також має сильні та слабкі сторони (табл. 3.15).

Серед сильних сторін варто відзначити позицію відсутності зобов'язань між учасниками ринку, можливість вільного вибору асортименту продукції з боку споживача та необмеженість формування її обсягів. Характерним є те, що в прояві сильних сторін непрямих каналів

реалізації майже не збігаються інтереси виробника і споживача, а в основному зорієнтовані на споживача. Слабкі сторони непрямих каналів представляються непрозорістю відносин та вірогідним погіршенням якості продукції й зривом її поставки.

Таблиця 3.15

Матриця співвідношення сильних та слабких сторін непрямих каналів у сегменті реалізації на ринку сільськогосподарської продукції

Сильні сторони	Слабкі сторони
Відсутність зобов'язань	Непрозорість відносин
Вільний вибір постачальників	Необґрунтоване зростання ціни
Можливість вільного вибору асортименту продукції	Можливі зриви поставок продукції в часі
Необмеженість формування обсягів продукції	Можливе погіршення якості продукції
Можливість зниження трансакційних витрат	Високий ступінь ризику в товарно-грошових відносинах
Звільнення споживача від юридичних нюансів	
Наближення ціни до вартості товару	
Наявність обсягів в умовах дефіциту	
Можливе постачання у визначений час і місце в просторі	

Про структуру каналів реалізації окремих видів продукції свідчать дані рис. 3.6.

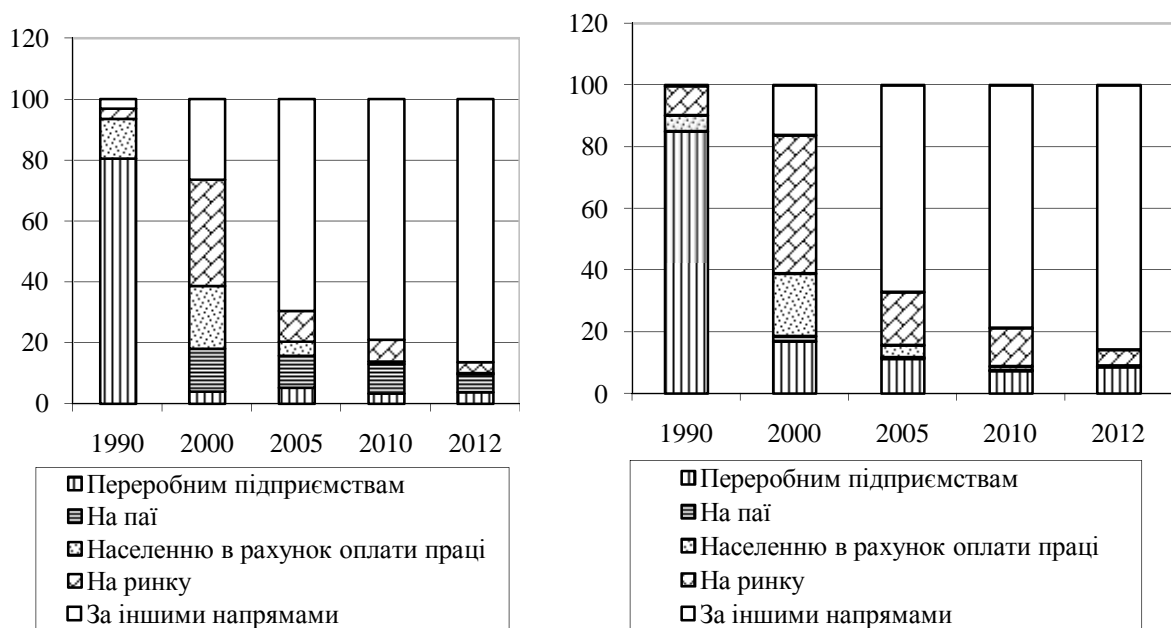


Рис. 3.6. Структура продукції рослинництва за каналами реалізації*.

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

За даними Держкомстату України, крім цукрових буряків та молока, яких у 2012 р. реалізувалося переробним підприємствам відповідно 94,3 та 94,0 %, понад 50 % усіх інших видів продукції реалізується за іншими напрямками. До інших напрямків реалізації належать такі: іншим підприємствам і організаціям, безпосередньо підприємствам торгівлі, санаторіям, дитячим садкам, школам, лікарням, будинкам відпочинку, закритим закладам, іншим господарствам, комерційним структурам, зарубіжним країнам, включаючи країни СНД тощо.

Аналіз структурних змін показав, що, на відміну від 1990 р., коли 80,4 % зернових було реалізовано переробним підприємствам, у 2012 р. цей показник склав лише 3,7 %, а частка реалізації картоплі відповідно знизилася з 85,1 до 8,7 %.

Проте структура реалізації овочів, плодів і ягід за напрямками є дещо іншою. У 2012 р. овочів реалізовано переробним підприємствам на 47,9 пункта, а плодів і ягід на 60,8 пункта менше проти 1990 р. Зате частка реалізації цих видів продукції значно зросла в категорії „за іншими напрямками”, за якими відповідно у 2012 р. овочів реалізовано на 51,1 пункта, а плодів і ягід на 58 пунктів більше проти рівня 1990 р.

Аналогічною є ситуація із реалізацією м'яса та яєць. У 2012 р. частка реалізації м'яса переробним підприємствам зменшилася на 71,8 пункта і яєць на 96 пунктів проти рівня 1990 р., а частка за іншими напрямками зросла відповідно на 69,2 та 82 пункти (рис. 3.7).

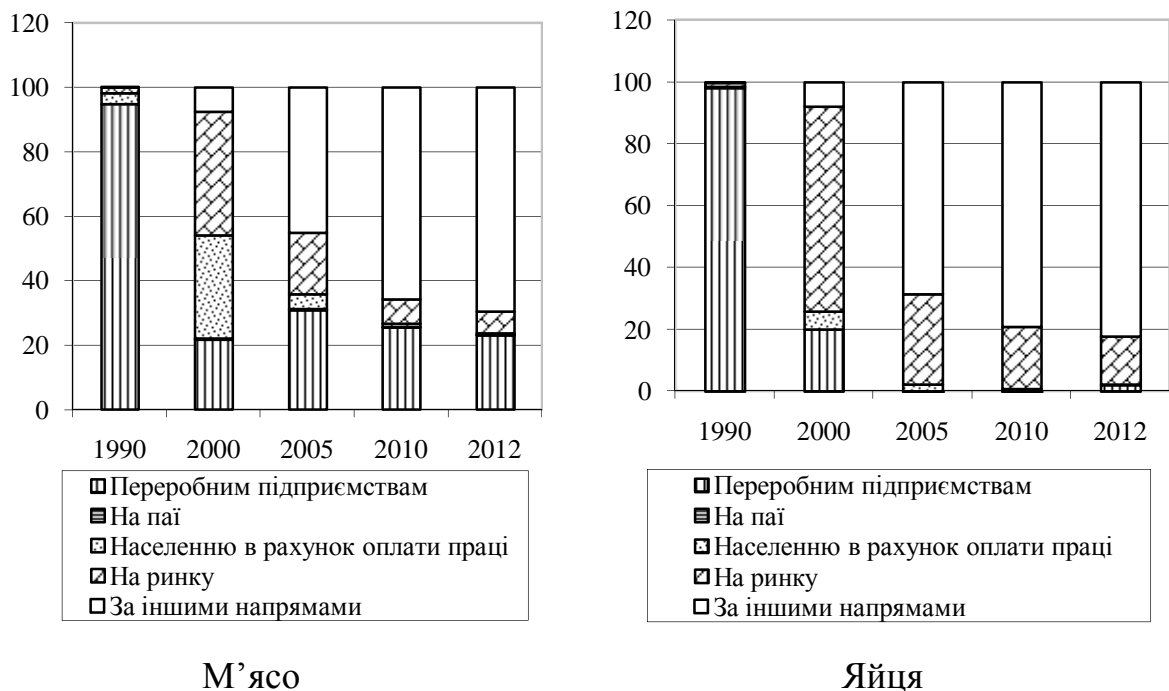


Рис. 3.7. Структура продукції тваринництва за каналами реалізації*.

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Зниження обсягів продажу сільськогосподарської продукції переробним підприємствам зумовлено низкою причин. Серед них найважливішими є:

- втрата іміджу переробників серед сільськогосподарських товаровиробників, через непартнерські та монополістичні відносини, диктування умов тощо;
- зростанням кількості переробних підприємств у власності сільськогосподарських товаровиробників;
- значна частина продукції виробляється в господарствах населення, які самі не спроможні доставити сировину на переробне підприємство.

Значну участь у просуванні продукції від виробника до споживача бере роздрібна торговельна мережа, складовими якої є торгові ринки, магазини, палатки, ятки тощо. Це, по суті, є завершальним етапом у функціонуванні сегментів реалізації і споживача. А цьому етапі не лише змінюється власність на товар, а й відбувається перерозподіл його призначення, у результаті чого продавці одержують винагороду у вигляді грошей, а споживачі – у вигляді матеріальних благ.

У результативному функціонуванні сегментів реалізації і споживача беруть участь різні елементи інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, такі як торгові та оптові ринки, транспорт, складські приміщення тощо. Потужність та ефективність функціонування елементів інфраструктури визначають обсяги товарообороту. Загальна схема елементів роздрібною торгівлі на ринку сільськогосподарської продукції в сегменті реалізації представлена на рис. 3.8.

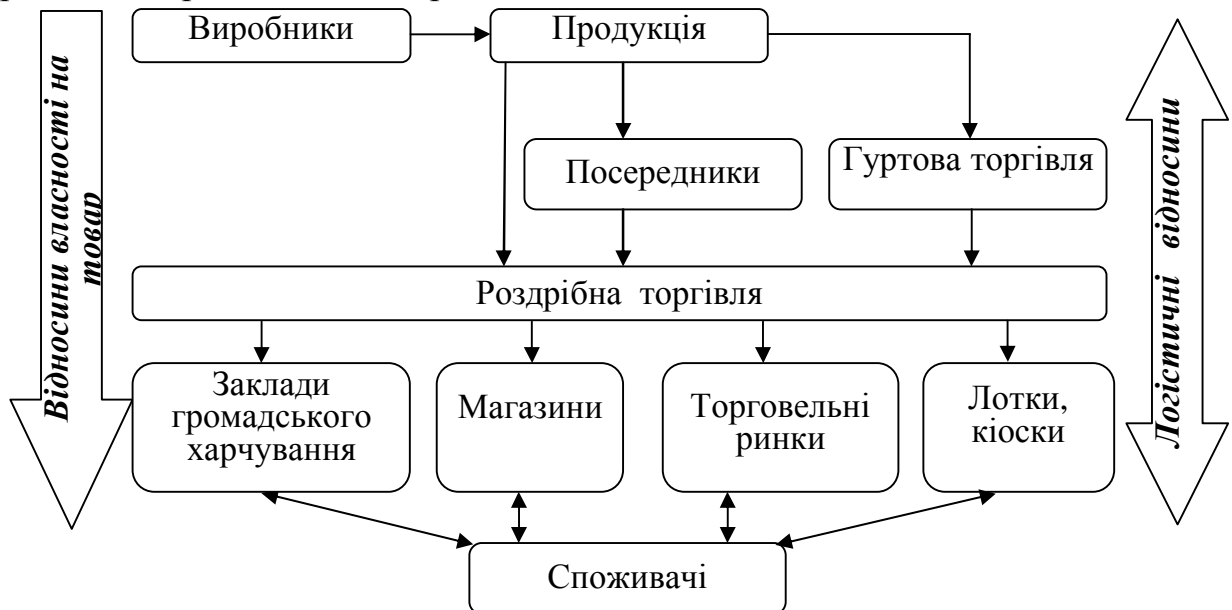


Рис. 3.8. Товарорух у сегменті реалізації продукції за участі мережі роздрібною торгівлі на ринку сільськогосподарської продукції.

У просуванні сільськогосподарської продукції від виробника до споживача бере участь велика кількість суб'єктів, що формують мережу роздрібною торгівлі. Поглиблення суспільного поділу праці і виділення торгівлі у самостійну підсистему товарного виробництва мало велике значення у формуванні сегментів реалізації і споживача на ринку сільськогосподарської продукції і прискоренні на ньому обороту товарів.

Виокремлення продавців зумовило зростання їх кваліфікації і навичок, зробило їх працю професійною, а також удосконалились торгові відносини між ними і споживачами, що значно прискорило рух продукції на сільськогосподарському ринку. Про обсяги товарообороту у торговій мережі України свідчать дані табл. 3.16.

Як бачимо (див. табл. 3.16), обсяги продажу основних продовольчих товарів, за винятком борошна, хлібобулочних і макаронних виробів, через торговельну мережу у 2012 р. зросли в кілька разів порівняно з 2000 р. Найбільше у 2012 р. зросли обсяги реалізації плодів, ягід, винограду, горіхів, кавунів та динь порівняно з 2000 р., приріст становить 373 тис. т. Значно зросли обсяги продажу овочів, картоплі, яєць. Рівень росту складає 2,4 – 3,2 раза. Позитивні зрушення у реалізації продовольчих товарів рослинництва через торгову мережу України зумовлені зростанням обсягів виробництва відповідних видів продукції. Проте збільшення обсягів реалізації молока та м'яса відбулося частково за рахунок імпорту (табл. 3.17).

Таблиця 3.16

Обсяги продажу основних продовольчих товарів через торгову мережу України*

Продукція	2000 р.	2010 р.	2012 р.	2012 р. до 2000 р., разів
Борошно, хлібобулочні та макаронні вироби	1493	807	837	0,6
Цукор	118	143	166	1,4
Картопля	73	93	178	2,4
Овочі	139	253	444	3,2
Плоди, ягоди, виноград, горіхи, кавуни та дині	70	332	443	6,3
Олія рослинна	34	122	147	4,3
М'ясо та м'ясні продукти	236	452	527	2,2
Масло вершкове	24	31	36	1,5
Яйця, млн шт.	953	2233	2698	2,8

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Обсяги імпорту молока за період 1995 – 2012 рр. зросли у 7,1 раза, а м'яса та м'ясопродуктів аж у 22,3 раза, або відповідно на 352 тис. т та 404 тис. т. Продовжуємо поки що більше споживати овочів і баштанних за рахунок імпорту. У 2012 р. їх було імпортовано на 172 тис. т більше, ніж у 1995 р., хоча за відповідний період тенденція динаміки імпорту починає спадати, а експорту, навпаки – зростати. У 2012 р. овочів і баштанних продовольчих культур було експортовано на 152 тис. т більше проти рівня 1995 р.

Нами зроблено спробу виявити нелінійну залежність між місткістю сегмента продукту за окремими видами галузей рослинництва і тваринництва, в умовах ризику з використанням даних сегмента виробництва і врахуванням динаміки цін та індексу інфляції сегмента реалізації на ринку сільськогосподарської продукції з прогнозом на 2014 р. Проведені розрахунки стосуються переважно ризику виробників, а також ризику споживачів.

Таблиця 3.17

**Динаміка експортно-імпортних операцій України зі
сільськогосподарською продукцією, тис. т***

Продукція	1995р.	2010р.	2012р.	2012р. до 1995р., %
М'ясо та м'ясопродукти, включаючи субпродукти і жир-сирець: імпорт	19	378	423	у 22,3 р.
експорт	184	48	125	67,9
Молоко та молочні продукти: імпорт	58	273	410	у 7,1 р.
експорт	1420	956	820	57,7
Яйця (включаючи яйцепродукти): імпорт	5	7	4	80,0
експорт	4	75	82	у 20,5 р.
Зерно (включаючи продукти переробки зерна в перерахунку на зерно): імпорт	200	175	228	114,0
експорт	814	14239	27798	у 34,1 р.
Овочі і баштанні продовольчі культури (включаючи консервовану та сушену продукцію в перерахунку на свіжу): імпорт	41	311	213	у 5,2 р.
експорт	194	335	346	178,4

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

В основу розрахунків покладено динамічні показники виробництва основних видів продукції рослинництва і тваринництва з поділом кожного

року на піврічні періоди в часі, середні ціни їх реалізації та рівень інфляції в країні (табл. 3.18).

Таблиця 3.18

Динаміка наповнення сегмента продукту галузі рослинництва на ринку сільськогосподарської продукції України*

Рік	Зернові та зернобобові, тис. т	Цукрові буряки, тис. т	Насіння соняшнику, тис. т	Картопля, тис. т	Овочі, тис. т	Плоди та ягоди, тис. т
2008	53290	13438	6526	19545	7965	1504
2009	46028	10068	6364	19666	8341	1618
2010	39271	13749	6772	18705	8122	1747
2011	56747	18740	8671	24248	9833	1896
2012	46216	18439	8387	23250	10017	2009
2013	62997	10747	11037	22259	9872	2295

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Для розрахунку загального ризику в галузі овочівництва використаємо вихідні дані зі сегмента виробництва та продукту сільськогосподарських підприємств аграрного сектору економіки України та середні ціни реалізації на ринку сільськогосподарської продукції. Оскільки економічні процеси характеризуються певною інерційністю, то вибрано для аналізу три роки і таким чином використано інформацію за період 2011 – 2014 рр.

Проте виробництво продукції, згідно з рекомендаціями В. Лук'янова, Т. Головач, приймається у площині двох півріч кожного року (табл. 3.20). Відповідно за період 2011 – 2014 рр. також в основу розрахунків рівня ризику беруть дані індексу інфляції у площині двох півріч за той самий період.

Таблиця 3.19

Динаміка середніх цін продукції рослинництва в сегменті реалізації сільськогосподарськими підприємствами, грн./т*

Рік	Зернові та зернобобові	Олійні культури	Цукрові буряки	Картопля	Овочі	Плоди та ягоди
2008	778,6	1734,6	218,9	1154,3	2059,9	1877,4
2009	799,0	2086,2	409,9	1298,6	1790,0	1892,4
2010	1120,9	2942,6	478,5	2131,0	2551,6	2419,8
2011	1374,2	3312,0	516,0	2032,8	2139,1	3175,9
2012	1547,1	3584,0	426,8	1139,6	1956,6	2707,1
2013	1320,3	3075,5	368,7	1725,0	2329,2	2942,8

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Отже, прогноз проводився на основі 5 півріч (2011 р. (два півріччя), 2012 р. (два півріччя), 2013 р. (перше півріччя)) – для випуску Va .

Похибку $\Delta_{Va}(n)$ визначено на основі (3.2) для другого півріччя 2013 р., якому відповідає індекс 6. У співвідношенні (3.3) не враховано поправку на інфляцію, а у (3.4) враховано.

Таблиця 3.20

Вихідні дані для встановлення залежності між ціною реалізації та обсягами виробництва овочів на ринку України*

Рік	Обсяги виробництва овочів, тис. т	Ціна реалізації овочів, грн/т	Період часу	Апроксимація, виробництво овочів, тис. т
2008	7965	2059,9	2011, 1 п.	4489
2009	8341	1790,0	2011, 2 п.	4917
2010	8122	2551,6	2012, 1 п.	4963
2011	9833	2139,1	2012, 2 п.	5009
2012	10017	1956,6	2013, 1 п.	4972
2013	9872,4	2329,2	2013, 2 п.	4936
2014		3165		

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Розрахунок нелінійної залежності ціни $C = C(n)$ і випуску $V = V(n)$, які характеризують динаміку цін і продукції овочів України за період 2008-2013 рр., показав (рис. 3.9), що для даних з виробництва овочів за табл. 3.20 апроксимація параболічною залежністю становить:

$$Va = Va(n) = -66,43 \cdot n^2 + 504,37 \cdot n + 4088 \text{ (тис. т)}. \quad (3.2)$$

Аналогічно отримано співвідношення для ціни на овочі за табл. 3.21 (апроксимація параболічною залежністю):

$$Ca = Ca(n) = 59,57 \cdot n^2 - 310,0 \cdot n + 2398,6 \text{ (грн)} \quad (3.3)$$

$$Cb = Cb(n) = 46,86 \cdot n^2 - 260,3 \cdot n + 2358,4 \text{ (грн)} \quad (3.4)$$

Похибки $\Delta_{Ca}(n)$, $\Delta_{Cb}(n)$ визначено на основі (3.3), (3.4) для початку першого півріччя 2014 р., якому відповідає індекс 6. Отже,

$$\Delta_{Va}(6) = 0,043; \quad \Delta_{Ca}(6) = 0,153; \quad \Delta_{Cb}(6) = 0,158;$$

$$\Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6) = 0,196; \quad \Delta_{Cb}(6) + \Delta_{Va}(6) = 0,201. \quad (3.5)$$

Необхідно зазначити, що встановлені відхилення 0,196 і 0,201 максимальні і є притаманними для розглядуваних шести етапів (півріч).

Загальне відхилення Δ_z отримаємо, помноживши $\Delta_{Ca}(n) + \Delta_{Va}(n)$ на два:

$$\Delta_{za} = 2 \cdot (\Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6)) = 0,392; \quad \Delta_{zb} = 2 \cdot (\Delta_{Cb}(6) + \Delta_{Va}(6)) = 0,402. \quad (3.6)$$

Вихідні дані для встановлення залежності між ціною реалізації овочів та інфляцією на ринку України*

Рік	Ціна реалізації овочів, грн/т	Індекс інфляції	Поправковий коефіцієнт, P_2	Апроксимація, ціни реалізації овочів, грн/т
2011, 2 п.	2139	1,0	1,0	2139
2012, 1 п.	2048	0,999	0,999	2050
2012, 2 п.	1956	0,999	0,998	1960
2013, 1 п.	2142	1,025	1,023	2094
2013, 2 п.	2329	1,025	1,0485	2221
2014, 1 п.	3165	1,024	1,0737	2948

*Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Стандартне відхилення вважається мірою ризику R .

Звідси подамо рівень ризику R згідно з означенням як відхилення Δ_z :

$$R_a = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)) = 0,392; \quad R_b = \max(\Delta_{Cb}(T) + \Delta_{Va}(T)) = 0,402 \quad (3.7)$$

Тут $T=2 \cdot t$ – період часу, який визначається одним роком (t – півріччя).

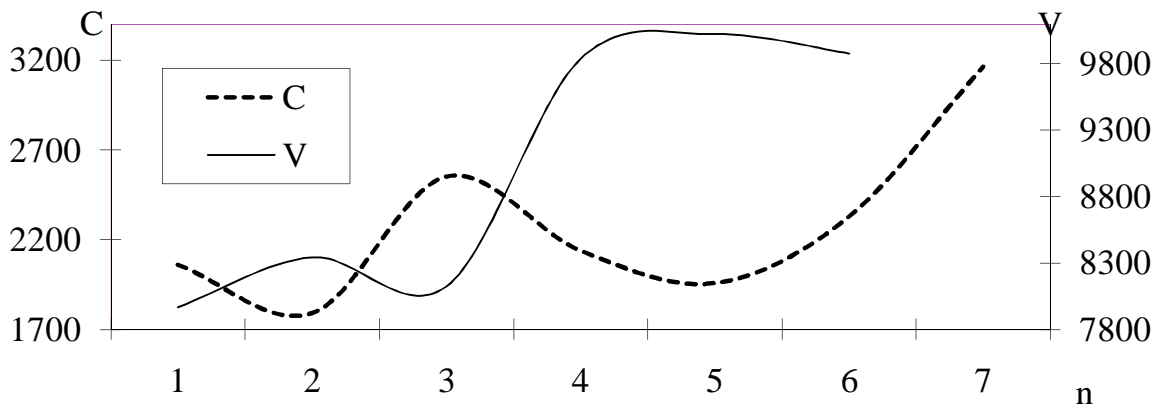


Рис. 3.9. Нелінійні залежності між ціною та обсягом виробництва овочів в Україні, 2008-2013 рр.*

*Джерело: побудовано автором.

Оскільки R_a та R_b близькі, то виберемо рівень ризику $R = R_a = 0,4$.

Для оцінювання ризику R використано співвідношення:

$$R_a = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)), \quad R = 0,4, \quad (3.8)$$

де T – період часу, один рік.

Таким чином, отримане числове значення рівня ризику для овочів з використанням статистичної інформації та графічного зображення показує,

що внесок у ризик R відхилень, пов'язаних із випуском продукції, становить 11 % ($0,043/0,4 \approx 0,11$) і, відповідно, внесок у ризик R відхилень, пов'язаних із цінами, становить приблизно 89 %.

За аналогічним сценарієм проведемо розрахунок рівня ризику для сегментів виробництва і реалізації плодів і ягід на ринку сільськогосподарської продукції України. Виробництво і середні ціни реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами відображені в табл. 3.22.

Таблиця 3.22

Вихідні дані для встановлення залежності між ціною реалізації плодів та ягід та обсягами виробництва на ринку сільськогосподарської продукції України*

Рік	Обсяги виробництва плодів і ягід, тис. т	Ціна реалізації плодів і ягід, грн/т	Період часу	Апроксимація, виробництво плодів і ягід, тис. т
2008	1504	1877,4	2011, 1 п.	912
2009	1618	1892,4	2011, 2 п.	944
2010	1747	2419,8	2012, 1 п.	976
2011	1896	3175,9	2012, 2 п.	1007
2012	2009	2707,1	2013, 1 п.	1038
2013		2942,8	2013, 2 п.	1068

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

За даними табл. 3.22, на основі динаміки цін і обсягів плодів та ягід України за 2008-2013 рр. побудуємо графік нелінійної залежності між ними (рис. 3.10).

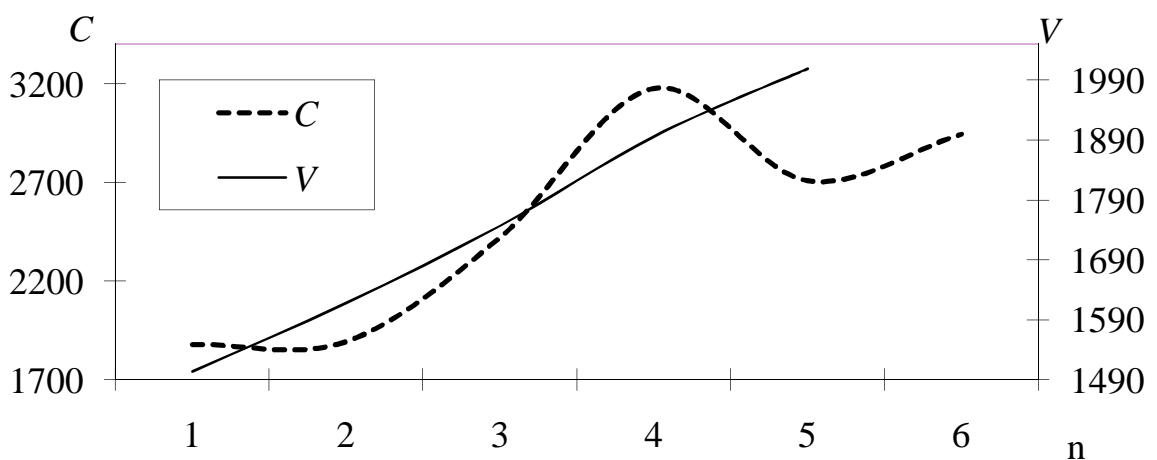


Рис. 3.10. Нелінійні залежності ціни реалізації та виробництва плодів і ягід в Україні за 2008-2013 рр.*

* Джерело: побудовано автором.

Розрахунок нелінійної залежності ціни $C = C(n)$ і випуску $V=V(n)$, які характеризують динаміку цін і обсягів плодів та ягід України за період 2008-2013 рр., показав (рис. 3.10), що для даних з виробництва плодів та ягід за табл. 3.22 апроксимація параболічною залежністю для згаданих півріч становить:

$$Va = Va(n) = -0,2857 \cdot n^2 + 33,31 \cdot n + 878,8 \text{ (тис. т)}. \quad (3.9)$$

Прогноз на 2013 р. становить $Va(6) = Va(2013) = 1038 + 1068 = 2106$.

Для даних щодо виробництва плодів та ягід за табл. 3.22 (апроксимація параболічною залежністю для років):

$$Vb = Vb(n) = 1,2857 \cdot n^2 + 121,1 \cdot n + 1377,4. \text{ (тис. т)}. \quad (3.10)$$

Результат розрахунку для 2012 р. становить $Vb(5) = Vb(2012) = 1500$; прогноз на 2013 р. становить $Vb(6) = Vb(2013) = 2150$.

Два значення $Va_0(2012) = 2009$ тис. т і $Vb(2012) = 1500$ тис. т використаємо для оцінювання рівня ризику R з позиції виробництва для плодів та ягід:

$$R_V = \Delta_5 = (2009 - 1500) / 2009 = 0,253. \quad (3.11)$$

Оскільки економічні процеси характеризуються певною інерційністю і у сфері ціноутворення, то для аналізу цін вибрано 6 останніх місяців, які, на нашу думку, найкраще характеризують період розкручування інфляції. При цьому використано також інформацію про: ціни продукції; обсяг виробництва продукції та рівень інфляції з даних табл. 3.23.

Таблиця 3.23

Середні ціни реалізації плодів та ягід сільськогосподарськими підприємствами України та індекс інфляції**

Рік, місяць *	Ціна реалізації плодів та ягід, грн/т	Офіційний індекс інфляції	Уточнений, усереднений індекс інфляції	Апроксимація, ціна плодів та ягід, грн/т
2013, 9 м.	2942	1,0	1,0	2942
2013, 10 м.	3180	1,004	1,004	3144
2013, 11 м.	3417	1,002	1,0097	3353
2013, 12 м.	3655	1,005	1,0267	3605
2014, 1 м.	3892	1,002	1,0518	3892
2014, 2 м.	4221	1,006	1,085	4221
3 м.			1,1263	4543

*Примітка 9 м – вересень, ..., 12 м – грудень 2013 р., 1 м – січень, 2 м – лютий 2014 р., 3 м – березень 2014 р. (прогноз).

** Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

У табл. 3.23 $C(m) = 4543$ грн та $Ind(m) = 1,1263$ – прогноз на майбутнє. На основі даних щодо ціни в табл. 3.23 проведена орієнтовна оцінка рівня інфляції для 2014 р., 2 м. (лютий), тобто $4221/3892 = 1,085$.

Індекс інфляції офіційний (за даними Держкомстату України):

$$Ind(оф) = 1,004 \cdot 1,002 \cdot 1,005 \cdot 1,002 \cdot 1,006 = 1,019. \quad (3.12)$$

$$Ind(m) = 0,00405 \cdot m^2 - 0,01135 \cdot m + 1,0073. \quad (3.13)$$

$$C(m) = 15,15 \cdot m^2 + 145,09 \cdot m + 2785,38 \cdot m = 1, 2, \dots 7. \quad (3.14)$$

Два значення $C(2013,9m) = 2942$ грн і $C(2014,2m) = 4221$ грн використано для оцінювання рівня ризику R з позиції ціни плодів та ягід:

$$R_C = \frac{2(4221 - 2942)}{4221 + 2942} = 0,357. \quad (3.15)$$

Результативний ризик подамо у вигляді:

$$R_Z = \alpha \cdot R_V + \beta \cdot R_C = 0,253 + 0,357 = 0,61, \quad (3.16)$$

якщо $\alpha = \beta = 1$. Тут α , β – коефіцієнти вагомості, які встановлюють експертним методом. Максимальні значення коефіцієнтів вагомості $\alpha = \beta = 1$. Мінімальні значення визначимо з умов:

$$\alpha \cdot R_V + \beta \cdot R_C = \alpha \cdot 0,253 + \beta \cdot 0,357 = 0,357; \quad \alpha = \beta. \quad (3.17)$$

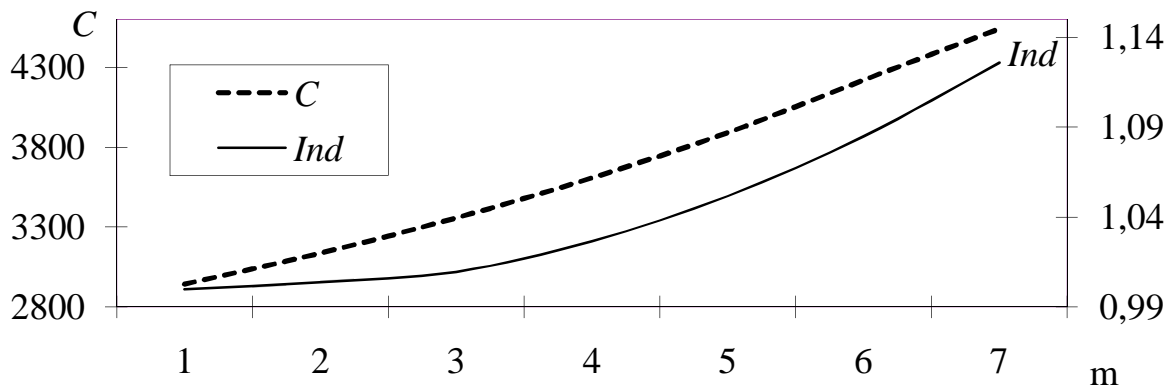


Рис. 3.11. Нелінійні залежності ціни реалізації плодів і ягід та індексу інфляції на ринку України, 2013-2014 рр. *

* Джерело: побудовано автором.

Отримано значення $\alpha = \beta = 0,585$. Значення α і β можуть бути різними за величиною. Аналіз реальних ситуацій дає підстави для припущення, що значення α і β можуть лежати у проміжку між максимальними і мінімальними значеннями:

$$0,585 < \alpha < 1; \quad 0,585 < \beta < 1. \quad (3.18)$$

Розглянемо ситуацію, коли їх значення близькі до середніх:

$$\alpha = \beta = (0,585 + 1) / 2 = 0,797 \approx 0,8. \quad (3.19)$$

$$R_Z = \alpha \cdot R_V + \beta \cdot R_C = 0,8 \cdot 0,253 + 0,8 \cdot 0,357 \approx 0,49. \quad (3.20)$$

Два значення $Kd(2013,9m) \approx 8,0$ і $Kd(2014,2m) \approx 9,96$ використано для оцінювання зміни ставки долара за курсом НБУ:

$$R_D = \frac{2(9,96 - 8,0)}{9,96 + 28} = 0,218. \quad (3.21)$$

Оскільки економічні процеси характеризуються певною інерційністю, то для аналізу виробництва як перший варіант вибрано 5 років і встановлено рівень ризику $R_V = 0,253$.

Встановлено інтегральний рівень ризику $R_Z = \alpha \cdot R_V + \beta \cdot R_C = 0,253 + 0,357 = 0,61$, якщо коефіцієнти вагомості $\alpha = \beta = 1$.

Встановлено для плодів та ягід, що внесок у ризик R_Z відхилень, пов'язаних із випуском продукції, становить 41,5 %. Відповідно внесок у ризик R_Z відхилень, пов'язаних із цінами, становить приблизно 58,5 %.

Оскільки (для плодів та ягід – 6 місяців – період 2013 (9m)÷2014 (3m) рр.) ризик R_C відхилень, пов'язаних із цінами, становить 0,357, а знецінення гривні порівняно з долларом $R_D = 0,218$, зміна курсу інфляції на офіційному рівні $Ind(оф) = 1,019$, то виходить, що інфляція і відповідно параметр R_C , який характеризує рівень ризику для реалізації плодів та ягід, випереджує інфляцію долара на 48,3 %. За цей період обсяги виробництва продукції незначно змінились, хіба що за рахунок постачання імпортової продукції. Таку ситуацію можна пояснити тим, що заробітна плата та доходи населення зменшились за рахунок інфляції. Тому населення витрачає кошти на ті продукти, які є товарами першої необхідності, у тому числі на плоди та ягоди.

Про рівень наповненості сегмента продукту ринку сільськогосподарської продукції із галузі тваринництва аграрного сектору України свідчать дані табл. 3.24.

Таблиця 3.24

Динаміка наповнення сегмента продукту галузі тваринництва на ринку сільськогосподарської продукції України*

Рік	М'ясо (у забійній вазі), тис. т	Молоко, тис. т	Яйця, млн шт.	Вовна, т
2008	1905,9	11761,3	14956,5	3755
2009	1917,4	11609,6	15907,5	4111
2010	2059,0	11248,5	17052,3	4192
2011	2143,8	11086,0	18689,8	3877
2012	2209,6	11377,6	19110,5	3724
2013	2389,4	11488,2	19591,0	3520

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

У форматі сегментів виробництва та реалізації продукції тваринництва на ринку сільськогосподарської продукції спробуємо встановити нелінійні залежності між ціною реалізації $C = C(n)$ та обсягами виробництва $V=V(n)$, які характеризують динаміку за 2008-2013 рр. і відображені на рис. 3.12.

Таблиця 3.25

Динаміка середніх цін продукції тваринництва в сегменті реалізації сільськогосподарськими підприємствами*

Рік	Худоба та птиця (у живій вазі), грн/т	Молоко та молочні продукти, грн/т	Яйця, грн/тис. шт.	Індекс інфляції	Поправковий коефіцієнт P_2
2008	10184,3	2065,1	377,4	122,3	1,0
2009	10362,9	1888,8	403,9	112,3	1,123
2010	10797,1	2938,7	470,6	109,1	1,225
2011	11967,2	3041,6	521,5	104,6	1,282
2012	13456,9	2662,2	627,0	99,8	1,279
2013	12720,8	3325,0	646,2	100,5	1,285

*Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Оскільки ситуація з молоком нестабільна у 2008-2013 рр., то для встановлення більш об'єктивної залежності використана також інформація за січень-лютий 2014 р., яка подана в табл. 3.26.

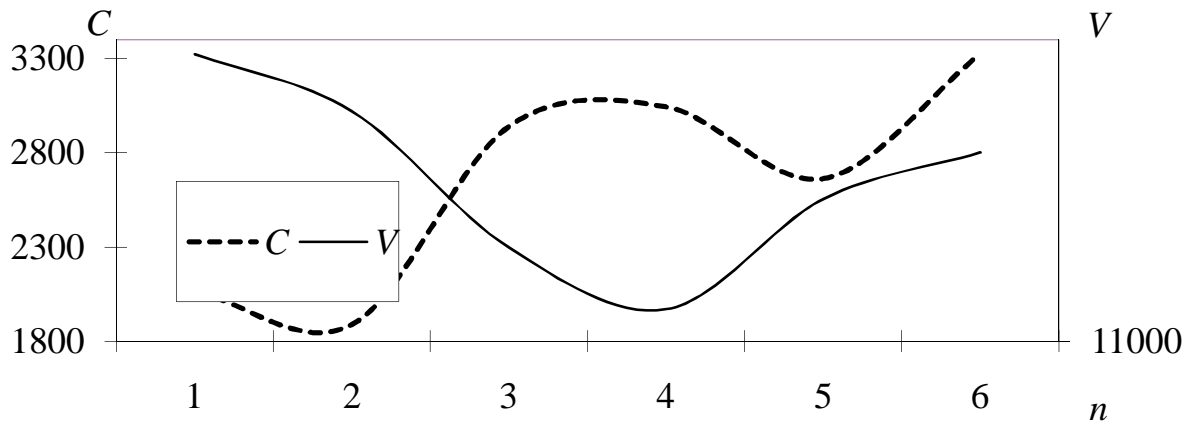


Рис. 3.12. Нелінійні залежності динаміки ціни і виробництва молока в Україні за 2008-2013 рр.*

*Джерело: побудовано автором.

Для більш спрощеного використання цінових даних на молоко за табл. 3.26 встановлено, що апроксимація характеризується параболічною залежністю:

$$C_a = C_a(n) = -29,79 \cdot n^2 + 455,0 \cdot n + 1895,4 \text{ (грн)}. \quad (3.22)$$

Виробництво і середні ціни реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами України*

Рік	Обсяги виробництва молока, тис. т	Ціна реалізації молока, грн/т	Індекс інфляції	Поправочний коефіцієнт, P_2	Ціна, апроксимація молока
2011, 2 п.	11086	2330	1,0	1,0	2330
2012, 1 п.	11232	2662	0,999	0,999	2665
2012, 2 п.	11378	2994	0,999	0,998	3000
2013, 1 п.	11440	3325	1,025	1,023	3250
2013, 2 п.	11501	3585	1,025	1,0485	3419
2014, 1 п.	11766	3845	1,024	1,0737	3581

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Для більш спрощеного використання цінових даних на молоко за табл. 3.26 встановлено, що апроксимація характеризується параболічною залежністю:

$$Ca = Ca(n) = -29,79 \cdot n^2 + 455,0 \cdot n + 1895,4 \text{ (грн)}. \quad (3.22)$$

Аналогічно отримано співвідношення для виробництва молока:

$$Va = Va(n) = -18,14 \cdot n^2 + 212,66 \cdot n + 10889 \text{ (тис. т)}. \quad (3.23)$$

Прогноз розраховувався на основі 5 півріч, зокрема: 2011 р. – одне півріччя, 2012 р. – два півріччя, 2013 р. – два півріччя. Похибки $\Delta_{Ca}(n)$, $\Delta_{Va}(n)$ визначаємо на основі співвідношень (3.22) і (3.23) для початку першого півріччя 2014 р., якому відповідає індекс 6:

$$\Delta_{Ca}(6) = 0,008; \quad \Delta_{Va}(6) = 0,0216; \quad \Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6) = 0,0296 \approx 0,03. \quad (3.24)$$

Необхідно відзначити, що одержане відхилення (0,03) є максимальним для періоду, що аналізується, зокрема шести півріч. Якщо б на одному з інших півріч відхилення $\Delta_{Ca}(n) + \Delta_{Va}(n)$ було більше за абсолютною величиною, то для оцінювання рівня ризику його брали б до уваги.

Загальне відхилення Δ_z отримаємо, помноживши $\Delta_{Ca}(n) + \Delta_{Va}(n)$ на два:

$$\Delta_z = 2 \cdot (\Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6)) = 0,06. \quad (3.25)$$

Стандартне відхилення вважається мірою ризику R .

Подамо рівень ризику R згідно з означенням як відхилення Δ_z :

$$R = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)) = 0,06. \quad (3.26)$$

Тут $T=2 \cdot t$ – період часу, який визначається одним роком (t – півріччя).

Отримане числове значення рівня ризику для молока на основі використання статистичної інформації та графічного зображення засвідчує, що економічні процеси характеризуються певною інерційністю. У зв'язку з цим вибрано для аналізу дані за три роки – 6 півріч, а також використано інформацію про: ціни продукції; обсяг випуску продукції та рівень інфляції.

Рівень оцінювання ризику для молока R визначено із співвідношення

$$R = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)), R = 0,06. \quad (3.27)$$

де T – період часу, один рік.

Таким чином, встановлено, що для молока внесок у ризик R відхилень, пов'язаних із цінами, становить 27 % ($0,08/0,0296 \approx 0,27$), а внесок у ризик R відхилень, пов'язаних з обсягом продукції, становить приблизно 73 %.

Доволі цікавим є аналіз ризику у виробництві яєць, де обсяги продукування і рівень рентабельності є найвищими в галузі тваринництва. Рис. 3.13 характеризує динамічні нелінійні залежності ціни реалізації яєць $C = C(n)$ та обсягів їх виробництва $V = V(n)$ в Україні за період 2008-2013 рр.

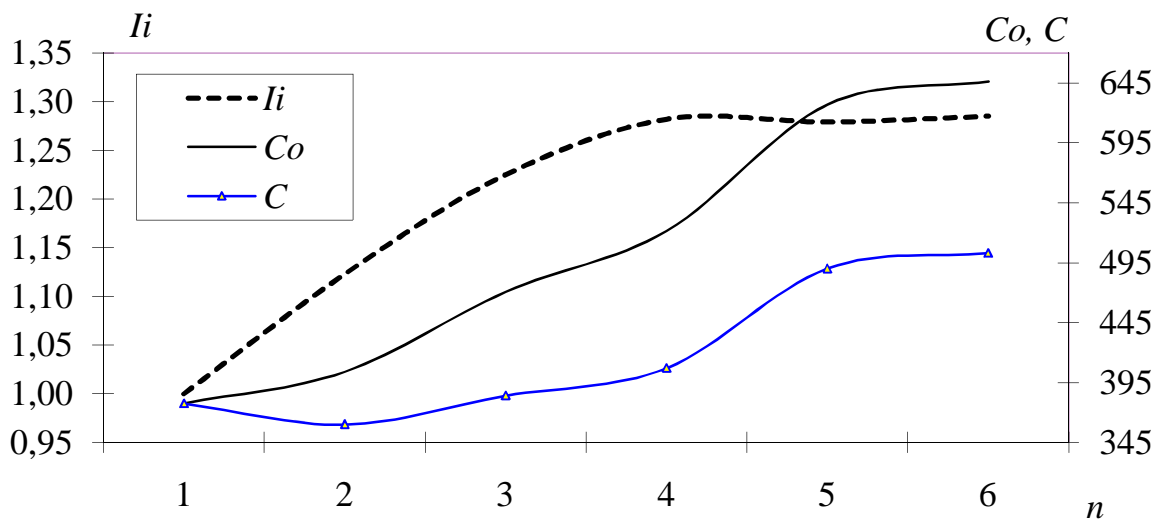


Рис. 3.13. Нелінійні залежності динаміки ціни реалізації яєць і ціни з поправками та інфляції, 2008-2013 рр.*

*Джерело: побудовано автором.

Для більш наближеного результату доцільно здійснювати прогноз на основі періоду півріч за 2010-2013 рр. (табл. 3.27).

У сегменті продукту та реалізації яєць економічні процеси також характеризуються певною інерційністю, а тому для аналізу доцільно вибрати три роки періоду 2011-2013 рр. з поділом на 6 півріч.

Для встановлення нелінійних залежностей ціни $C = C(n)$ і апроксимації ціни $C_a = C_a(n)$, які характеризують динаміку цін на яйця

Україні за період 2011-2013 рр., використано інформацію про ціни продукції, обсяг виробництва продукції та рівень інфляції.

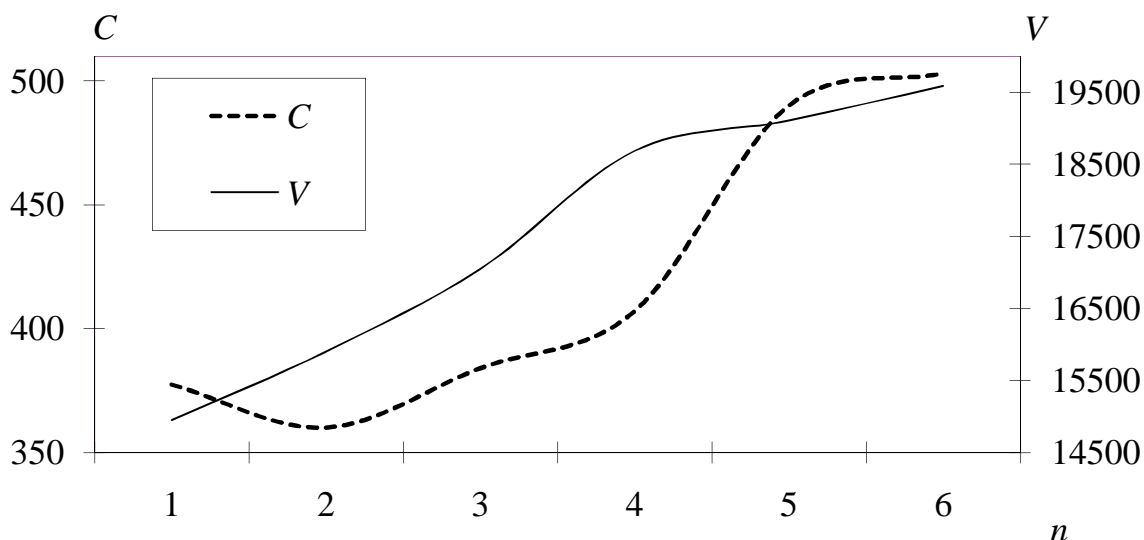


Рис. 3.14. Нелінійні залежності ціни реалізації і обсягів виробництва яєць на ринку України, 2008-2013 рр.*

*Джерело: побудовано автором.

Розрахунки даних для рис. 3.15 показують, що апроксимація характеризується параболічною залежністю:

$$C_a = C_a(n) = -2,86 \cdot n^2 + 50,316 \cdot n + 436,36 \text{ (грн)}. \quad (3.28)$$

Аналогічно отримано співвідношення і для виробництва яєць:

$$V_a = V_a(n) = -41,36 \cdot n^2 + 417,44 \cdot n + 8595,0 \text{ (тис. шт.)}. \quad (3.29)$$

Таблиця 3.27

Обсяги виробництва і середні ціни реалізації яєць сільськогосподарськими підприємствами на ринку України*

Рік	Обсяги виробництва яєць, млн шт.	Ціна реалізації яєць, грн/тис. шт.	Індекс інфляції	Поправковий коефіцієнт, P_2	Ціна, апроксимація яєць грн/тис. шт.
2011, 1 п.	8935	495	1,0	1,0	486
2011, 2 п.	9345	509,8	1,023	1,023	528
2012, 1 п.	9450	561,6	0,999	1,022	564
2012, 2 п.	9556	614,1	0,999	1,021	594
2013, 1 п.	9676	608,5	1,025	1,046	618,3
2013, 2 п.	9796	646,2	1,025	1,073	637,1

*Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Прогноз проводився на основі 5 півріч за період 2011 – 2013 рр., зокрема: 2011 р. – два півріччя, 2012 р. – два півріччя, 2013 р. – перше півріччя.

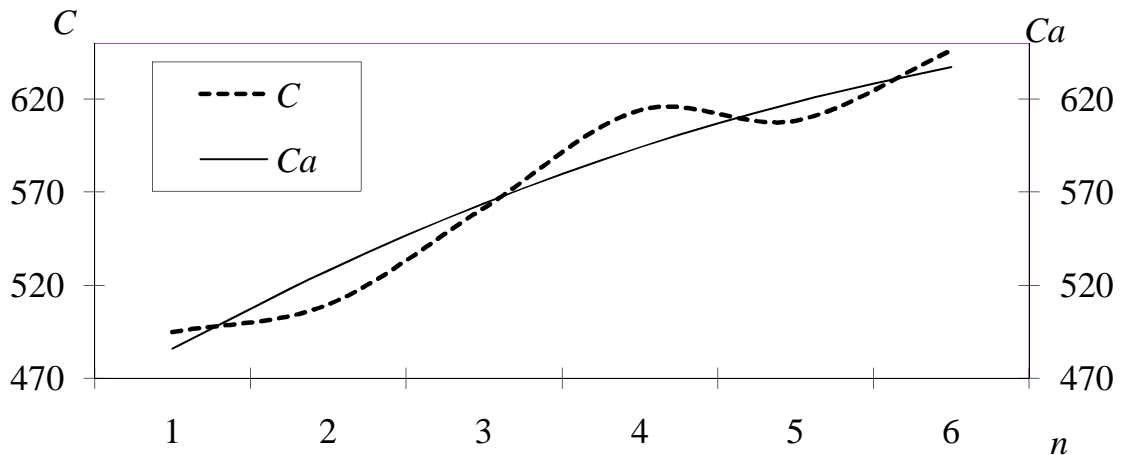


Рис. 3.15. Нелінійні залежності динаміки ціни і апроксимації ціни реалізації яєць в Україні, 2011-2013 рр.*

*Джерело: побудовано автором.

Похибки $\Delta_{Ca}(n)$, $\Delta_{Va}(n)$ визначаємо на основі формул (3.28), (3.29) для другого півріччя 2013 р.:

$$\Delta_{Ca}(6) = 0,058; \quad \Delta_{Va}(6) = 0,019; \quad \Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6) = 0,077. \quad (3.30)$$

Необхідно відзначити, що встановлене відхилення, яке становить 0,077, є максимальним для періоду, що аналізується, зокрема шести півріч. Якщо б на одному з інших періодів відхилення $\Delta_{Ca}(n) + \Delta_{Va}(n)$ було більше за абсолютною величиною, то для оцінювання рівня ризику його брали б до уваги.

Загальне відхилення Δ_z отримаємо, помноживши $\Delta_{Ca}(n) + \Delta_{Va}(n)$ на два:

$$\Delta_z = 2 \cdot (\Delta_{Ca}(6) + \Delta_{Va}(6)) = 0,154. \quad (3.31)$$

Стандартне відхилення вважається мірою ризику R .

Подамо рівень ризику R згідно з означенням, як відхилення Δ_z :

$$R = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)) = 0,154. \quad (3.32)$$

Тут $T=2 \cdot t$ – період часу, який визначається одним роком (t – півріччя).

Таким чином, на основі розробленої методики розрахунку рівня ризику для сільськогосподарської продукції, яку апробовано на прикладі виробництва яєць (відповідні формули (3.28)–(3.32)), зроблено припущення, що для визначення загального рівня ризику відхилення, викликані змінами цін і обсягу випуску продукції, додаються, тобто :

$$R = \max(\Delta_{Ca}(T) + \Delta_{Va}(T)), \quad (3.33)$$

де T – період часу, один рік.

Отже, внесок у ризик R відхилень, пов'язаних із цінами реалізації яєць, становить 75 % ($0,116/0,154 \approx 0,75$), а внесок у ризик R відхилень, пов'язаних із обсягом продукції, становить приблизно 25 %.

На основі розробленої методики розрахунку рівня ризику для основних видів сільськогосподарської продукції проведено розрахунки рівня ризику на період 2013 (вересень) – 2014 (лютий) рр.

Два значення – $C(2013,9m) = 646$ грн і $C(2014,2m) = 616$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни яєць:

$$R_C = \frac{2(616 - 646)}{616 + 646} = -0,048. \quad (3.34)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 12721$ грн і $C(2014,2m) = 12445$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни худоби та птиці у живій вазі:

$$R_C = \frac{2(12445 - 12721)}{12445 + 12721} = -0,022. \quad (3.35)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 1320$ грн і $C(2014,2m) = 1295$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни зернових та зернобобових:

$$R_C = \frac{2(1295 - 1320)}{1295 + 1320} = -0,019. \quad (3.36)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 3075,5$ грн і $C(2014,2m) = 3076$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни олійних:

$$R_C = \frac{2(3076 - 3075,5)}{3076 + 3075,5} = 0,00002. \quad (3.37)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 3325$ грн і $C(2014,2m) = 3891$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни молока та молочних продуктів:

$$R_C = \frac{2(3891 - 3325)}{3891 + 3325} = 0,157. \quad (3.38)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 2329$ грн і $C(2014,2m) = 3744$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни овочів:

$$R_C = \frac{2(3744 - 2329)}{3744 + 2329} = 0,466. \quad (3.39)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 1725$ грн і $C(2014,2m) = 3957$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни картоплі:

$$R_C = \frac{2(3957 - 1725)}{3957 + 1725} = 0,786. \quad (3.40)$$

Два значення – $C(2013,9m) = 368,7$ грн і $C(2014,2m) = 494,7$ грн – використано для оцінювання рівня ризику R_C з позиції ціни цукрових буряків:

$$R_C = \frac{2(494,7 - 368,7)}{494,7 + 368,7} = 0,292. \quad (3.41)$$

Рівень ризику R_C з позиції ціни худоби та птиці у живій вазі від'ємний (3.35), що, можна припустити, пов'язано з певною циклічністю споживання м'яса, але ціна м'яса, головним чином, зросла і має тенденцію до подальшого зростання

Додавши R_{Ci} для основних дев'яти сільськогосподарських продуктів (3.15), (3.34)-(3.41) і знайшовши середнє значення R_{CS} , отримано:

$$R_{CS} = \sum_{i=1}^9 R_{Ci} = 0,219, \quad (3.42)$$

А знецінення гривні порівняно з доларом $R_D = 0,218$. Отже, збіжність майже ідеальна.

Таким чином, можна зробити висновок, що як на ринку сільськогосподарської продукції, так і на ринку України в цілому має місце майже ідеальна реакція цін на всі основні види сільськогосподарської продукції до зміни курсу долара. Тому курс долара можна розглядати як важливу характеристику для оцінювання рівня ризику на ринку сільськогосподарської продукції протягом короткотермінового періоду розкручування інфляції, яка може перейти в гіперінфляцію, якщо не будуть прийняті запобіжні заходи.

3.3 Чинники неефективності інноваційної діяльності на ринку сільськогосподарської продукції

Сфера створення матеріальних благ у суспільному виробництві, що забезпечує засобами життєдіяльності людей, є однією із значущих галузей в системі національної економіки. У ній формується не лише основа існування людської цивілізації, через задоволення потреб людей, а й закладається підґрунтя для розвитку інших сегментів.

У матеріальній сфері виробляються засоби як для забезпечення функціонування її, так і інших сфер, у тому числі нематеріального

виробництва. Сфера матеріального виробництва є джерелом поступального розвитку кожного окремо взятого підприємства, галузі і країни загалом, результат діяльності яких відповідає потребам людей. Задоволена потреба диктує необхідність повторення і нарощування виробництва з обов'язковим покращанням якості продукту чи послуги. Зростаючі потреби людей, як правило, спонукають до покращання діяльності продуктивних сил і множаться як у кількісному, так і якісному виразі. Цей процес є безперервним і засвідчує економічне зростання. Показниками економічного зростання в масштабах підприємства чи всього суспільства можуть бути: валовий внутрішній продукт, валовий національний дохід, валова продукція, прибуток тощо.

Нині помітне збільшення кількості товарів на ринку сільськогосподарської продукції забезпечується підприємствами за рахунок впровадження у виробництво передових технологій на основі інновацій. Інновації – це нововведення, що засновані на використанні досягнень науки і слугують джерелом підвищення ефективності виробництва. Однак не завжди інновації є достатньо і всебічно обґрунтованими, що інколи зумовлює побічний негативний результат у діяльності аграрних підприємств.

Знедавна в теорії економічних наук розглядалися два типи економічного зростання галузі сільського господарства: екстенсивний та інтенсивний. Екстенсивний передбачає можливість збільшення виробництва продукції за рахунок залучення додаткових чинників виробництва. Ними можуть бути посівні площі, поголів'я тварин, засоби виробництва за незмінності якісного, технічного рівня й технології.

Екстенсивний тип розвитку відіграв певну роль у часи, коли недостатньо був розвинутий рівень науково-технічного прогресу і коли виникала необхідність в освоєнні нових територій. Однак постійне залучення додаткових ресурсів і збільшення виробництва на цій основі не може бути безмежним. Екстенсивний тип розвитку на певному етапі починає втрачати динамізм, наштотується на об'єктивні перепони, і виникає необхідність освоєння інтенсивного типу економічного зростання.

Інтенсивний ріст передбачає збільшення виробництва продукції внаслідок зростання продуктивності праці на удосконаленій технічній основі та ефективнішого використання наявних ресурсів: площі сільськогосподарських угідь, поголів'я тварин і птиці. Інтенсивний тип росту пов'язаний із концентрацією капіталу як у масштабах підприємства, так і на одиницю земельної площі і дає необмежені можливості збільшення виробництва продукції рослинництва і тваринництва.

Інтенсифікація аграрного сектору економіки спрямовується на збільшення виробництва продукції, покращання її якості та зниження матеріально-грошових і трудових затрат на одиницю продукції на основі якісного вдосконалення всіх сторін виробництва. Лише ті фактори виробництва можуть бути складовими інтенсифікації, які є продуктом науково-технічного прогресу і які забезпечують необхідне зростання економічної ефективності підприємства. Зупинка цього процесу веде до екстенсивного розвитку виробництва.

Нині інтенсифікація присутня в сільськогосподарському виробництві, але здійснюється стихійно і має суперечливий характер. Наприклад, незначна кількість крупних компаній і великих холдингів, що володіють розмірами землі понад 200 – 300 тис. га, займаються вирощуванням високодохідних сільськогосподарських культур, у виробництві яких використовуються потужні трактори, високопродуктивні комбайни і сільськогосподарські машини, високоврожайні сорти, передові технології і відповідні форми організації праці. У результаті господарської діяльності вони одержують високі доходи, що веде до збагачення. Це є не що інше, як складові інтенсифікації, але визнаним як інновації, на які зроблено основну ставку.

Представники агрохолдингів та інших великих підприємств нав'язують суспільству зарубіжний досвід ведення крупнотоварного виробництва сільськогосподарської продукції, суть якого зводиться до того, що в аграрному секторі ефективним є великотоварне виробництво, яке може забезпечити лише великий бізнес на значних площах. Для підсилення цього вони однобоко висвітлюють окремі досягнення, виправдовуючи фактичний свій інтерес до збільшення виробництва зерна, насіння соняшнику та ріпаку, які мають високий попит на світовому ринку, чим викривляють суть організації сільськогосподарського виробництва. Крупні підприємства нехтують багатофункціональною формою діяльності підприємств, як відбувається насправді у розвинених аграрних країнах світу. Це спричинює, з одного боку, надмірне і зухвале використання земельних ресурсів під цей вид продукції, а з другого – звужує виробництво кормів, а відтак і продукції тваринництва.

У володінні кожної з таких агропромислових компаній чи агрохолдингів перебуває від 10 до 300 тис. га ріллі. „Скільки сьогодні таких „ефективних інвесторів” в Україні – невідомо, процесу ніхто не контролює. За даними окремих дослідників, їх діяльність охоплює більше третини, а в південних, ряді східних і центральних областей – понад 60% орних земель, які на першому етапі

реформування оброблялися сільськогосподарськими підприємствами, створеними в процесі реструктуризації КСП” [3].

Великі компанії, маючи достатню кількість коштів, застосовують комплекси машин, вносять велику кількість мінеральних добрив, використовують хімічні засоби боротьби зі шкідниками і хворобами сільськогосподарських культур та модифіковані високоврожайні сорти і за рахунок цього одержують високі прибутки. Спрямовуючи діяльність лише на бізнесовий результат, агрохолдинги намагаються займатися, головним чином, виробництвом лише продукції рослинництва.

Останніми роками термін і економічна категорія „інтенсифікація” все рідше стали вживатися в економічній літературі. У роботах багатьох дослідників переважають фрагментарний аналіз та вибірковий підхід щодо висвітлення окремих аспектів інтенсифікації. Натомість у тематиці досліджень і їх результатах, наукових працях і публікаціях вітчизняних вчених, з’явилися нові поняття, терміни та економічні категорії, як-от: „інновації”, „інвестиції”, „інвестиційно-інноваційні проекти”, „інноваційні кластери” тощо. Але вони розкривають певну дію, означають та характеризують інноваційно-інвестиційні процеси, які виступають лише окремим елементами, як рушійні засоби в розвитку інтенсифікації. Наприклад, „інновації” – „це новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки якому інноватор та його компанія здобувають переваги над конкурентами ... вони носять характер винаходу чи розробки, які підтверджується патентом і дають можливість їх власнику на здобуття тимчасових монополій ... та здійснити глибокий прорив в розвитку” [71].

Проте в нинішніх ринкових умовах для розвитку економіки України характерною особливістю є збіг обставин, в умовах яких вектори соціально-економічного процесу розвитку людини, та й суспільства в цілому, і динамічного розвитку суб’єктів господарської діяльності не завжди узгоджуються. У сфері виробничої діяльності крупних підприємств впевнено прогресує інноваційно-технологічна спрямованість, яка є значущою і радикальною основою для їх економічного розвитку. За рахунок інноваційної технології, яка являє собою покращений конкретно-реальний комплекс наукових і професійних знань, втілений у способах і прийомах праці, складі виробничо-речових засобів виробництва, забезпечується значне зростання показників їх використання. Основним мотивом запровадження інноваційних технологій для крупних виробників сільськогосподарської продукції є досягнення високих прибутків, а відтак і їх збагачення.

Науково-технічний прогрес у форматі розвитку та провадження інноваційно-технологічної діяльності підприємств на основі механізації та автоматизації процесів виробництва найкраще проявляє свою сутність в економічній сфері. Перехід до індустріальних методів виробництва у сільському господарстві забезпечує значне зниження затрат праці, ресурсів та собівартості продукції і підвищення її якості. Ці параметри відображають економічний прорив у зростанні рівня господарюючого суб'єкта і засвідчують одержану відповідну економічну ефективність. Так, за даними Українського клубу аграрного бізнесу та річних фінансових звітів публічних компаній, 100 найбільших агрохолдингів України у 2009 р. одержали близько 60 млрд грн чистого прибутку, а у 2010 р. – понад 11 млрд грн. У 2011 р. найефективнішими у господарській діяльності були ПАТ “Миронівський хлібопродукт” (МНП S.A.), Astarta Holding N.V. та Kernel Holding S.A., які володіють земельним банком, відповідно 280; 245 та 210 тис. га, рівень рентабельності реалізації продукції у них становив відповідно 63,8; 56,9 та 31,9 %. У 2011 р. Kernel Holding S.A., ПАТ “Миронівський хлібопродукт” (МНП S.A.) та Mriya Agro Holding PLC одержали прибуток, що сумарно становив понад 5 млрд грн, а з розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь одержано від 405 до 858 тис. грн, що у десятки разів перевищує відповідні показники сільськогосподарських підприємств України [24, с. 26].

На ринку сільськогосподарської продукції більш доступними впровадження інноваційних технологій є для великих агропромислових формувань холдингового типу. Відповідно до чинного законодавства агрохолдинг – це господарюючий суб'єкт, який володіє контрольними пакетами акцій інших, одного або більше господарюючих суб'єктів [349]. Формування і розширення діяльності агрохолдингу відбувається за рахунок процесу капіталізації сільського господарства через вливання в галузь коштів з інших сфер національної економіки або внаслідок викупу материнською компанією майнового комплексу малих і середніх сільськогосподарських підприємств. У такий спосіб зручно об'єднати для спільної діяльності підприємства в різних природно-кліматичних зонах, що мінімізує ризики холдингової компанії загалом у разі несприятливих кліматичних умов в окремих із них. За рівнем розосередженості вони є міжрегіональними одиницями на території всієї країни, а ключовою спеціалізацією агрохолдингів, як правило, є виробництво продукції галузей рослинництва. За таких умов скорочується парк машин, а виконання робіт здійснюється в найкращі агротехнічні строки за оптимізації рівня часу та коштів.

У сфері виробничої діяльності крупних підприємств впевнено прогресує інноваційно-технологічна спрямованість, яка є ґрунтовною і радикальною основою для їх економічного розвитку. Власне, саме за рахунок впровадження інноваційних технологій, які являють собою покращений конкретно-реальний комплекс наукових і професійних знань, що є втіленими у способах і прийомах праці, складі виробничо-речових засобів виробництва, і забезпечується значне зростання підприємств. Мотивом і, відповідно, причиною запровадження у виробництво інноваційних технологій є одержання високих прибутків, незважаючи на певні прояви негативного їх впливу на технологічну і соціально-економічну ефективність діяльності підприємств.

Агрохолдинги у своїй діяльності використовують широкозахватну техніку, запроваджують нові високоврожайні сорти і гібриди сільськогосподарських культур та застосовують технології, які не передбачають оранку ґрунту. Висока забезпеченість корпоративних підприємств новими досконалими технічними засобами забезпечує обробіток ґрунту з використанням високоефективних систем, в умовах роботи яких є можливість постійного контролю за дотриманням технології виробництва в просторі і часі. У них номенклатура парку машин є мінімальною, а виконання робіт здійснюється в оптимальні і найкращі агротехнічні строки, за високої економії матеріально-грошових ресурсів.

Нині на ринку сільськогосподарської продукції, агрохолдинги набули статусу окремої організаційно-правової структури і зайняли провідне місце в аграрному секторі економіки України. Їх значення в економічному зростанні галузі і нарощуванні масштабів виробництва є очевидним. Відстежуючи кон'юнктуру ринку, агрохолдинги спрямовують свою діяльність на вирощування тих культур, які забезпечують найвищий прибуток. Висока економічна ефективність діяльності агрохолдингів у сільському господарстві ґрунтується на одержанні надприбутків у сферах, де виробляється продукція з нижчою фондомісткістю, затратами праці, собівартістю та високою ліквідністю, що є їх основною метою і характеризує як бізнесові структури.

У зв'язку з цим розвиток сільського господарства України спрямовується не на задоволення соціальних потреб суспільства країни, а підпорядковується збагаченню аграрних олігархів. Саме тому сьогодні на ринку сільськогосподарської продукції основними культурами є зернові, соняшник і ріпак, які є високодохідними, оскільки на цю продукцію є високий попит на світовому ринку. Зумовлено це тим, що продукція

українських сільських виробників є відносно екологічно чистою, та й ціна значно нижча, ніж на світовому ринку.

А високий прибуток одержують крупні підприємства від реалізації зерна, ріпаку, соняшнику тому, що в їх виробництві застосовують технологічні нововведення, які сприяють використанню потужних тракторів та широкозахватних й високопродуктивних агрегатів, за рахунок чого і продукцію одержують невисокої собівартості. Такі технічні рішення не під силу малим і середнім аграрним підприємствам. Зазначені культури в посівах значної частини крупних аграрних підприємств нині займають близько 80 %, а в окремих і близько 90 %, що й зумовило суттєві зміни у структурі посівів сільськогосподарських культур в Україні загалом (табл. 3.28, рис. 3.16).

Таблиця 3.28

**Структура посівів основних сільськогосподарських культур
в Україні, %***

Культури	1990 р.	2010 р.	2012 р.	2012р. до 1990р., п.
Зернові та зернобобові	45,0	56,0	60,6	+15,6
Технічні	11,6	27,1	22,2	+10,6
в т.ч. ріпак	0,3	3,4	2,0	+1,7
соняшник	5,0	17,0	18,7	+13,7
Картопля та овочево-баштанні	6,4	7,3	5,6	-0,8
Кормові	37,0	9,6	11,6	-25,4

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.28 та рис. 3.16, у структурі посівів частка зернових та зернобобових культур у 2012 р. зросла на 15,6 пункта порівняно з 1990 р., а частка посівів соняшнику та ріпаку відповідно на 13,7 та 1,7 пункта. Зростання площі посівів зазначених культур відбулося за рахунок радикального зменшення посівів кормових культур.

В умовах ринкової економіки підприємства, намагаючись взяти контроль над пропозицією і ціною, спрямовують ресурси на виробництво того продукту, який може відрізнитися від товару конкурента, у тому числі й за якістю.

В аграрному секторі досягти радикальних відмінностей між конкурентними товарами у процесі виробництва є складним завданням і тому немає особливої необхідності широко здійснювати диверсифікацію виробництва. Проте, продукуючи одні з них як особливе і часткове в структурі виробництва, можна збільшувати нішу на ринку чи одержувати монопольне становище. Такий монополізм не знищує конкуренцію,

оскільки виробників продукції аграрного сектору є багато, а попит на неї постійно високий. Однак у сфері виробництва існує низка чинників і умов, які можуть бути враховані окремими виробниками за їх бажанням.

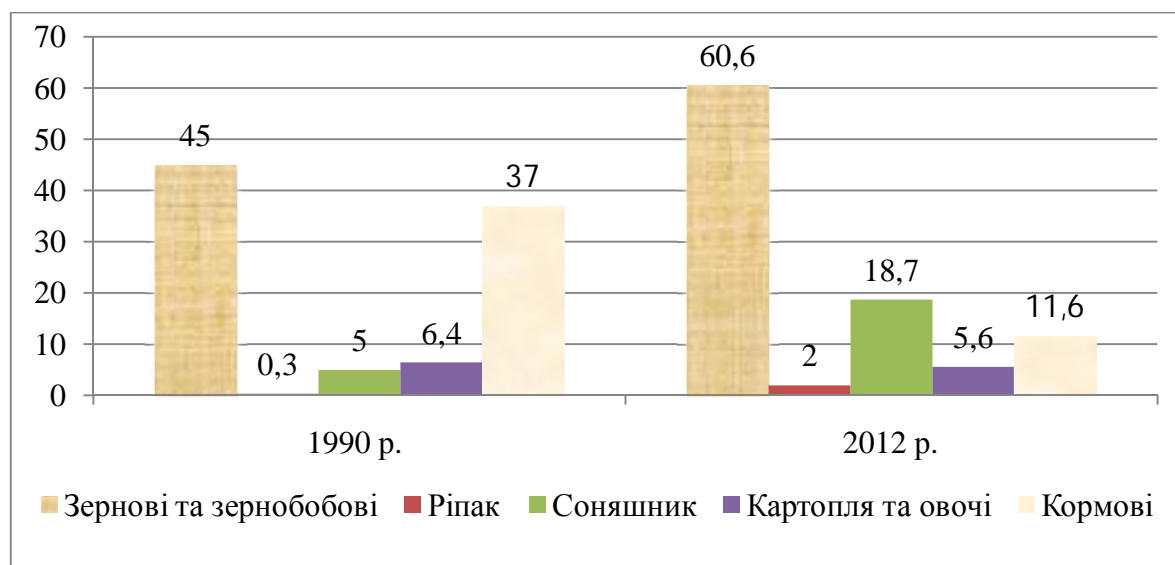


Рис. 3.16. Структура посівів аграрного сектору України*.

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Перенасичення сільського господарства монокультурним виробництвом унеможливує застосування раціональної сівозміни. Це є ще одним вагомим чинником неефективності застосування інноваційних технологій, що повною мірою спричинить негативні наслідки в майбутньому. За даними періодичних видань, уже у 2013 р. зібрано урожай пшениці на 37 % менший проти 2012 р.

Водночас у крупних підприємств різко скоротилися посіви менш рентабельних, але не менш важливих для суспільства високозатратних і трудомістких культур, таких, як цукрові буряки, кормові культури, овочі, а також виробництво м'яса, молока тощо. Це спричинило вивільнення значної частини сільського населення з робочого процесу, чим породило соціальну напругу на ринку праці.

Зростання площі посівів зернових культур, соняшнику та ріпаку відбулося, головним чином, за рахунок відчутного зменшення посівів кормових культур. Наявне співвідношення у структурі посівів спричинене мотивом аграрних підприємств виробництва високодохідних культур, хоча у деяких наукових працях простежується думка, що поштовхом до зменшення посівів кормових культур є катастрофічне зменшення поголів'я тварин.

Зазначений погляд на структуризацію виробництва у сільському господарстві має право на існування. Однак не завжди скорочення поголів'я

тварин було первинним і спонукало до зменшення площі кормових і збільшення посівів інших культур, а скоріш навпаки. Виробництво продукції галузей тваринництва є набагато трудомісткішим, затратним і низькорентабельним порівняно з галузями рослинництва. До того ж вибудовані відносини агропромислової інтеграції виробників молока і підприємств з його переробки явно не задовольняли сільських продуцентів, що й зумовило занепад галузі.

Така ситуація у балансі галузей негативно позначилася й на структурі валової продукції (табл. 3.29).

Таблиця 3.29

Динаміка та структура валової продукції сільського господарства в Україні, всіх категорій господарств (у постійних цінах 2010 р.)*

Продукція	1990 р.	2010 р.	2012 р.	2012 р. до 1990 р., %
Валова продукція всього, млн грн	282774,2	194886,5	223254,8	79,0
у т.ч. продукція рослинництва	145502,0	124554,1	149223,4	102,6
у відсотках до загального	51,5	63,9	66,8	+15,3п.
тваринництва	137272,2	70332,4	74021,4	53,9
у відсотках до загального	48,5	36,1	33,2	-15,3п.

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 3.29, у цілому валова продукція в постійних цінах 2010 р. зменшилася у 2012 р. на 59519,4 млн грн порівняно із 1990 р. Якщо продукція рослинництва зросла лише на 3721,4 млн грн, то продукція тваринництва зменшилася на 63250,8 млн грн. Питома вага продукції тваринництва за зазначений період зменшилася відповідно на 15,3 пункта, що свідчить про патову ситуацію в цій галузі.

Нині в Україні функціонує понад 60 великих холдингів, які володіють площею ріллі близько 6 млн га, або 24 % ріллі, та є найбільшими виробниками зернових і технічних культур. На перспективу планується сформувати близько 200 – 300 холдингів і довести валове виробництво зерна у них до 60 – 70 млн т [55, с. 140]. Але й у досить ефективних структур, таких як холдинги, з різних причин нині ускладнюється виробнича діяльність на орендованих землях. Основними причинами є домінування рослинницького напряму господарської спеціалізації, а відтак і сезонність сільськогосподарського виробництва, невпевненість та ризикованість роботи на орендованій землі та висока розосередженість виробництва на всій території України.

Дисбаланс розвитку галузей аграрного виробництва продовжує зростати через зусилля багатьох крупних агрохолдингів примножувати свій розмір та потужності за рахунок приєднання малих і середніх агробізнесових структур. Апетити холдингів спрямовуються на збільшення володіння земельними площами, а відтак і на розвиток галузей рослинництва. Так, компанія „МХП” планує у 2015 р. довести площу обробітку до 500 тис. га, „Мрія Агрохолдинг” – до 650 тис., а найбільша холдингова компанія Ukrlandfarming ставить за мету свій земельний банк збільшити до 800 тис. га [347]. Якщо не зупиниться цей процес, то надконцентрація земельних ресурсів у руках великих монополістів, з одного боку, унеможливить діяльність дрібних і середніх аграрних підприємств на ринку сільськогосподарської продукції, а з другого – зумовить перенасичення у структурі посівів монокультур, що призведе до серйозного порушення дотримання агротехніки вирощування культур з усіма негативними наслідками. Це є одним з вагомих показників неефективності використання інтенсивних технологій.

Перенасичення структури посівів монокультурами також унеможливить застосування науково обґрунтованої сівозміну веденні землеробства і стане одним із найвагоміших чинників неефективності застосування інноваційних технологій у діяльності агрохолдингів. Нині, за даними періодичних видань, уже у 2013 р. зібрано врожай пшениці, на 37 % меншій проти 2012 р. Саме з причини домінування монокультур на землях, якими володіє компанія „Агротрон”, та відведення у структурі посівів значних площ під соняшник сталося виснаження ґрунтів. Як результат, у 2012 р. урожайність соняшнику була на 0,3т/га нижчою проти 2011 р. і склала лише 15 ц/га [347].

У сільському господарстві земля є важливою продуктивною силою і без неї не може відбуватися процес виробництва. Практикою доведено, що урожайність та якість продукції мають високу залежність від родючості ґрунту, характеру обробітку землі та інтенсивності її використання. Як економічний об'єкт, земля є предметом праці і виступає головним засобом виробництва, за допомогою якого здійснюється виробничо-економічна діяльність населення і формуються його життєві умови. З огляду на це використання землі повинно супроводжуватися зростанням ефективності, що характеризується рівнем виходу продукції з одного гектара посіву й сумою витрат на одиницю її виробництва.

З метою підвищення ефективності використання землі значна частина агрохолдингів, що переважно спеціалізуються на вирощуванні зернових, ріпаку і соняшнику, намагаються досягти цього за рахунок впровадження

технологій, осередком і носієм яких є новації. Новація, в силу прояву рис і важеля технологічного прориву, не лише виконує функцію стержня технології, а й підносить репутацію і забезпечує її життєвий цикл та слугує джерелом підвищення ефективності виробництва продукції загалом.

Проте зазначені риси, за незмінних інших умов на перспективу, надають перевагу і позитив інноваційній технології лише в короткостроковому періоді. Сама новація не може виступити критерієм і чинником обґрунтування і слугувати достатньою підставою для широкого впровадження інноваційної технології. Використання новації у технології має базуватися на узгодженій взаємодії застосовуваних ресурсів з обов'язковим урахуванням дотримання рівня екологічної безпеки та збереження навколишнього середовища, де каталізатором виступатимуть дотримання агротехнічних, екологічних та економічних вимог.

Активна і раціональна взаємодія засобів виробництва і природи під безпосереднім контролем людини при впровадженні інноваційної технології має спрямовуватися як на підвищення ефективності аграрного виробництва, так і на збереження родючості ґрунту, навколишнього середовища та екології. А отже, впроваджуючи реальні новації на ринку сільськогосподарської продукції, аграрні виробники повинні проводити низку заходів, спрямованих на забезпечення відновлення повноцінної родючості ґрунту. Лише за таких умов неодмінно відбудуватиметься інтеграційний процес, який спричинить появу нової системи, яка посилить як індивідуальну дію кожного із залучених ресурсів, так і в цілому систему.

Звідси, одним із найважливіших завдань, що стоять перед сільськими товаровиробниками на ринку сільськогосподарської продукції, є створення середовища для безпечного використання землі в умовах впровадження інноваційної технології. Гарантом ефективного розвитку інноваційного процесу та формування сприйнятливості може стати використання структурно-динамічної розбудови аграрного виробництва, зокрема широкого і в повному обсязі застосування необхідних агротехнічних прийомів, агроеліоративних заходів, внесення в ґрунт достатньої кількості органічних добрив та запровадження науково обґрунтованої сівозміни у землеробстві. Особливо гостро стоїть питання здійснення відповідних заходів на відновлення структури ґрунту та його родючості. Ця проблема посилюється тим, що у багатьох господарств через відсутність галузей тваринництва не розв'язується проблема виробництва органічних добрив.

Низький рівень внесення органічних добрив протягом тривалого періоду в часи незалежності України та допущення інших організаційних прорахунків, пов'язаних із використанням землі, негативно вплинули на

формування позитивного балансу гумусу в ґрунті. У 2012 р. вміст гумусу в ґрунті чорноземів України склав близько 3,6%, що суттєво менше проти рівня 1990 р. [3].

Якщо у 1990 р. в Україні на 1 га ріллі в середньому вносилося близько 15 тонн органічних добрив, то нині лише 1 тонна. За такої кількості внесених органічних добрив у більшості аграрних підприємств не лише не забезпечується оновлення вмісту гумусу в ґрунті до первинного його рівня, а й не поновлюється та кількість, яка виноситься у процесі вирощування рослин поточного періоду. Зниження вмісту гумусу в ґрунті не є безпосереднім результатом негативного впливу інноваційної технології, але за рахунок їх впровадження, за незмінних інших умов, створюється відповідна основа.

Щоб вирішити завдання збереження гумусу у ґрунті на стабільному рівні, за умов внесення на 1 га площі сівозміни 9-18 т гною, необхідно на полі залишати не менше 30% нетоварної частини врожаю [3]. Щоб поповнити вміст гумусу у ґрунті у разі неможливості вносити достатню кількість органічних добрив підприємствами, що спеціалізуються на виробництві, наприклад, зернових, та з метою збереження оптимальних параметрів гумусового стану ґрунтів, необхідно залишати на полі не менше ніж 60-70 % нетоварної частини врожаю. Однак на практиці зернові комбайни, що використовуються в аграрних підприємствах, не пристосовані до подрібнення соломи, що унеможливує її приорювання.

Розв'язання критичної ситуації, що склалася з недостатнім внесенням органічних добрив аграрними підприємствами, потребує негайного втручання органів державної влади. Одним із важелів державного регулювання нарощування органічних добрив може бути практика встановлення для крупних аграрних підприємств і холдингів квоти виробництва продукції тваринництва пропорційно кількості землі, що перебуває в їх користуванні.

Формування ефективної структури виробництва з урахуванням та встановленням раціональної пропорційності між основними галузями рослинництва і тваринництва на рівні кожного господарюючого суб'єкта є однією з умов подальшого розвитку сільського господарства. Це спричинено тим, що біологічні і природні особливості аграрного виробництва зумовлюють поділ праці і водночас дають підґрунтя поєднання часткового поділу двох комплексних галузей – рослинництва та тваринництва.

Економічне значення раціонального поєднання галузей полягає в тому, що створюються умови для ефективнішого використання ресурсного

потенціалу сільського регіону – землі і людей. За рахунок цього, з одного боку, комбінація факторів забезпечує збільшення виробництва обсягів і поліпшення якості продукції рослинництва і тваринництва, що є важливим завданням сільського господарства, а з другого – галузі є партнерами у споживанні й використанні продукції кожної з них і тим самим збільшується гранична ефективність факторів виробництва однаковою мірою.

Проте поряд із одержаним позитивним результатом від впровадження інноваційно-технологічної розробки на рівні підприємства, як правило, проявляється і неефективність цього заходу на рівні суспільства. Причому масштаб і формат неефективності може позначатися як окремо на економічному, соціальному чи екологічному напрямі, так і на цілісній їх сукупності. Особливо необхідно підкреслити негативний вплив на зайнятість економічно активного населення, як найважливішої складової продуктивних сил, у межах сільської територіальної одиниці.

Отже, негативну дію кожного інноваційного впровадження слід розглядати комплексно і на кожному напрямі окремо. Особливо це стосується виявлення негативного впливу на умови розвитку суспільства та формування соціального клімату в межах сільської територіальної одиниці та у форматі використання людського капіталу. Основною умовою має стати мінімізація негативного впливу інновацій на зайнятість економічно активного населення, як найважливішої складової продуктивних сил.

Спроможність людини забезпечити себе та сім'ю матеріальними благами, зайняти відповідне становище у суспільстві значною мірою досягається за рахунок трудової активності. Кожна інноваційна розробка, яка впроваджується на ринку сільськогосподарської продукції, як правило, здійснюється з метою підвищення рівня продуктивності праці. У результаті відбувається вивільнення працівників, а відтак і збільшення безробіття на рівні сільської територіальної одиниці. Вивільнені працівники поповнюють армію безробітних, яка і так у сільській місцевості є вагомою через непрацевлаштованість значної кількості молоді.

Можна припустити, яка з причини відсутності відповідної спеціальної освіти у молоді на селі, що закінчила середні освітні заклади, та браку практичних навичок у молодих спеціалістів, які навчалися у вищих навчальних закладах, вони є неконкурентоспроможними на ринку праці і роботодавці не беруть їх на роботу навіть за наявності попиту. Тому у 2012 р. рівень безробіття молоді на селі, віком до 30 років, в Україні становив 24% [3]. Якщо врахувати, що систематичне впровадження інноваційно-технологічних розробок витіснятиме низку працюючих, то число

безробітних на селі буде невпинно зростати, що стане одним із важливих чинників неефективності впровадження інновацій на ринку сільськогосподарської продукції. Розрахунок кількості вивільнених працівників із сфери сільськогосподарського виробництва та визначення сфер і напрямів їх зайнятості має стати основною складовою обґрунтування впровадження інновацій на ринку сільськогосподарської продукції. З іншого боку, кожен інноваційно-технологічний захід на ринку сільськогосподарської продукції чи на окремому підприємстві повинен супроводжуватися вирішенням і задоволенням соціально-економічних потреб населення відповідної територіальної одиниці. „Саме соціальний клімат, який став духовним породження індустріальної революції, виявився запорукою довгострокового економічного успіху...” [62] нині не спрямований на розв’язання проблем соціального розвитку населених пунктів в Україні.

Рівень економічного прориву, який відбувся на великих підприємствах із землеволодінням у 300 – 500 тис. гектарів, що переважно спеціалізуються на монокультурному виробництві і є основним мотивом для одержання надприбутків, не є адекватним матеріальному сприянню ними у забезпеченні соціальних потреб розвитку населених пунктів, розташованих у зоні їх господарської діяльності. Мало які з високорентабельних агрохолдингів виділяють достатню кількість коштів на покращання благоустрою населених пунктів, утримання дошкільних закладів, установ культури та спорту, будівництво і ремонт доріг, якими, до речі, користуються безоплатно і які інтенсивно руйнуються при транспортуванні та перегонах їх високотоннажних тракторів і сільськогосподарських машин.

Наприклад, дорога, що проходить через низку сіл Кам’янка-Бузького району і сполучає траси Львів-Луцьк та Львів-Київ у зоні с. Вирова, де розмістилося потужне підприємство ТЗОВ Агро (ЛВ Лімітет), зруйнована важкими машинами холдингу, а на ремонт необхідних коштів у місцевому бюджеті немає. Усе це засвідчує про серйозну побічну проблему, що пов’язана з використанням інновацій в аграрному виробництві. Тому лише усвідомлення масштабів, оцінка реальних наслідків, пов’язаних з інноваціями на ринку сільськогосподарської продукції, та визначення заходів і коштів на їх нівелювання, можуть слугувати обґрунтуванням для впровадження новацій у виробництво.

Отже, стратегія економічного розвитку підприємств на основі впровадження інноваційно-технологічних заходів на перспективу повинна узгоджуватися з урегулюванням прояву дії всіх чинників, за сприяння яких формується неефективність новацій. Доцільність впровадження у

виробництво інноваційно-технологічних розробок має обґрунтовуватися насамперед забезпеченням умов працевлаштування вивільненого населення із сфери аграрного виробництва та щорічним відрахуванням підприємством коштів із суми прибутку, зумовленого інноваційним процесом. В основу розрахунку зазначених коштів можна покласти рівень капіталізації середньорічного працівника або відсоток, адекватний одержаному прибутку підприємством від впровадження інноваційних технологій та нововведень. Розпорядниками їх мають стати місцеві органи самоврядування, які будуть використовувати кошти на роботи з покращання соціального розвитку та благоустрою населених пунктів сільської територіальної одиниці. З числа вивільнених з галузі сільськогосподарського виробництва працівників можуть формуватися бригади чи кооперативи, які виконуватимуть роботи з благоустрою населених пунктів сільської територіальної одиниці. На ці види діяльності мають бути спрямовані і обсяги коштів, які відраховуватимуть підприємства з прибутку, одержаного від впровадження інноваційно-технологічних заходів.

РОЗДІЛ 4

СТРАТЕГІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

4.1 Прогнозування обсягу пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції в контексті процесу ціноутворення

Сучасному ринку сільськогосподарської продукції притаманна низка надзвичайно важливих рис і властивостей. Він проявляє дію множини функцій, що регулюють відносини між господарюючими суб'єктами і не лише сприяє покупцям і продавцям у вирішенні їхніх інтересів, а й перетворився на засіб регулювання процесів суспільного виробництва, обміну, розподілу і споживання.

У виробничій сфері ринок створює умови для забезпечення виробників необхідними ресурсами і став головним каналом збуту сільськогосподарської продукції. Лише на ринку створюються умови для еквівалентного обміну, і він виступає як механізм визначення обсягів доходів. Саме на ринку відбувається урівноваження ціни, і вона є тим індикатором, який дає змогу платоспроможним споживачам у повному обсязі забезпечити потреби в ресурсах, товарах і послугах на основі свободи і рівності дії усіх виробників і покупців.

Ринкове ціноутворення підпорядковане об'єктивним економічним законам, у форматі яких формуються обсяги попиту і пропозиції продукції на основі уподобаної поведінки покупців і продавців у процесі задоволення їх інтересів. Раціоналізм продавця – реалізувати товар за вищою ціною і одержати більше прибутку, а покупець – задовольнити власні потреби за якомога нижчою ціною.

Однак питання розбудови та покращання економічних відносин на ринку сільськогосподарської продукції не мають меж удосконалення і потребують подальшого дослідження, і особливо дії цінового механізму. Повсякчас залишається актуальним дослідження практичного вирішення встановлення можливої відповідності балансу тандему потреб і обсягів виробництва продукції в контексті стабільності ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, яке б задовольняло не лише споживачів, а й економічний інтерес товаровиробників. Важливою може стати спроба математично спрогнозувати баланс обсягів виробництва і споживання на

основі очікуваної зрівноваженої ціни на сільськогосподарську продукцію протягом миті, який би міг послужити передбаченням на тривалий період.

Попит і пропозиція зумовлюються адекватною залежністю, коли, з одного боку, необхідність споживання спричинює виробництво продукції, а з другого – лише тоді відбудеться виробництво, якщо віднайдеться споживач, в якого виникне потреба у певному продукті і який придбає його. Економіст К. Маркс писав: „...без виробництва немає споживання, однак і без споживання нема виробництва, так як виробництво було б в такому випадку без мети” [128].

За дослідженням теоретика, виробництво породжує споживання, а споживання, що є кінцевою фазою суспільного відтворення, здійснює адекватний вплив на процес виробництва. Зазначений методологічний підхід розкриває динамічну взаємодію попиту і пропозиції. „...Споживання породжує здатність виробника, збуджує в ньому цілеспрямованість до певної мети, потребу” [128].

І, якби не було потреби, не було б і виробництва. Взаємозв'язок між попитом і пропозицією розкриваються лише через ринок, висвітлюючи зумовленість двох моментів суспільного виробництва – саме виробництво і споживання. „Діалектична залежність попиту і пропозиції полягає передусім у тому, що пропозиція формує попит через асортимент вироблених товарів і запропонованих послуг та їхні ціни, а попит визначає обсяг і структуру пропозиції, впливаючи на виробництво” [71].

Отже, діалектичний взаємозв'язок між попитом і пропозицією підкреслює те, що на стороні попиту виступає певна потреба, а на стороні пропозиції – товари, що призначені для його задоволення. У цих співвідношеннях між попитом і пропозицією проявляється ступінь відповідності кількості виробленого продукту потребам у ньому. Відсутність доцільного співвідношення негативно позначається на рівні задоволення потреб, тобто реалізації і, відповідно, на процесі виробництва й розвитку суспільства загалом.

Проте для ринку сільськогосподарської продукції характерним є те, що обсяги виробництва конкретного її виду і обсяги споживання не є тотожними і не збігаються в абсолютних значеннях. Виробництво певного виду продукції за обсягами є більшим, ніж може бути представлене для реалізації на ринку, на обсяг використання виробниками для власних виробничих потреб. Натомість для задоволення потреб споживачів частина певного продукту може бути сформована за рахунок імпорту. Не є винятком також задоволення потреб споживачів у певному продукті і в розрізі простору, а отже, певний вид продукції може бути вироблений в одному

місці і часі, а реалізований в іншому. І в такий спосіб відбувається задоволення потреб споживачів в повному обсязі. Зазначений ситуаційний момент є прийнятним для економіки будь-якої країни, в умовах якої відбувається територіальне спеціалізоване виробництво відповідно до природно-кліматичних умов та рівня досконалості і оснащення іншими факторами виробництва, які забезпечують вищу віддачу ресурсів і нижчу собівартість. Цим самим підтверджується єдність виробництва і споживання.

Відокремленість явищ попиту і пропозиції теоретично є можлива, тобто може бути відносна незалежність їх розвитку. Пропозиція на окремі види продукції може розширюватися без урахування потреб населення і попиту на неї, тоді як попит може розвиватися стихійно, інколи проявлятися на окремі види продукції панічно, навіть незалежно від обсягів наявної пропозиції. Це зумовлено участю великої кількості товаровиробників на вітчизняному ринку сільськогосподарської продукції, діяльність яких є неузгодженою. У результаті відбувається невідповідність між попитом і пропозицією, що призводить до виникнення ринкових диспропорцій як у кон'юнктурі, так і обсягах. І, хоча попит і пропозиція являють собою дві протилежні сторони одного цілого, які не можуть розвиватися одна без одної, все-таки в самостійності явищ попиту і пропозиції закладено об'єктивну можливість і необхідність їх паралельного співіснування.

Через це майже в усіх економічних джерелах поняття попиту і пропозиції розкриваються на ґрунті діалектичної взаємодії і єдності, оскільки вони виступають як цілісна сукупність економічних категорій товарного виробництва і функціонують як діалектична спільність двох складових елементів ринку. Попит і пропозиція виступають найпростішими і водночас найголовнішими економічними елементами механізму, які діють на ринку і регулюють його функціонування як системи, безпосередньо впливають на процес формування цін і обсягів виробництва, забезпечуючи тісний взаємозв'язок між початковим і кінцевим моментами процесу відтворення, і в такий спосіб сприяють безперервному його продовженню. Це є одна із найважливіших економічних функцій категорій попиту і пропозиції, яка зумовлена тим, що являє собою прояв відносин між виробництвом і споживанням. Важливість цього моменту К. Маркс сформулював так: „Якщо відносини між попитом і пропозицією розуміти в більш широкому і більш конкретному розумінні, то сюди ввійдуть відносини між виробництвом і споживанням” [128].

Взаємозумовлюючи одне одного, явища попит і пропозиція спільно впливають на розміри й структуру виробництва, змушуючи їх

приспосовуватися до вимог ринку, до його кон'юнктури відповідно до потреб споживачів. Попит і пропозиція безпосередньо пов'язані з ціною, в єдності з якою формують ринковий механізм на основі прояву дії законів попиту і пропозиції. Дія законів попиту і пропозиції ґрунтується на поведінці продавця і покупця. Для кожного з них ринкова ціна є орієнтиром у мірі задоволення інтересів сторін, а відтак і зумовлює їх поведінку.

Економічне значення абсолютно раціонального співвідношення між попитом і пропозицією полягає в тому, що вони регулюють ринкову ціну шляхом її відхилення від ринкової вартості товару. Механізм впливу попиту на відхилення ціни К. Маркс визначив так: „Якщо кількість товарів на ринку більша або менша, ніж попит на них, то має місце відхилення ринкової ціни від ринкової вартості” [128]. Отже, якщо виходити з того, що в основі ціни лежить ринкова вартість, яка формується на основі суспільно необхідних затрат праці, то відхилення ринкової ціни від ринкової вартості відбувається під впливом попиту і пропозиції. Таким чином, товар на ринку займає певне місце лише при визначених цінах, зі зміною яких воно змінюється. Тобто кількість товарів, на які спостерігається попит, перебуває у прямій залежності від ціни. Зі зниженням ціни зменшується пропозиція, а попит зростає. Під впливом ціни здійснюються взаємозв'язок і взаємодія між попитом і пропозицією. У разі, коли пропозиція значно перевищує попит, ринкова ціна знижується відносно рівня ринкової вартості, що є на користь споживачам і, як правило, зумовлює зростання їх активності та їх попиту. Якщо ж попит перевищує пропозицію, ринкова ціна зростає відносно ринкової вартості, що є на користь виробників і стимулює їх діяльність.

Невідповідність між рівнями пропозиції продавців і попиту покупців зумовлюється їх уподобаннями. Бажанням кожного з учасників ринку є прагнення до отримання максимальної вигоди в умовах раціонального вибору. Ринковий механізм наділений, можливо, жорсткою, але справедливою рисою. Він здатний встановлювати рівновагу ціни, за якої інтереси визначеної частини покупців і продавців узгоджуються. Це означає, що зрівноважена ціна до участі в торгах допускає не всіх продавців і покупців. Учасниками стануть лише ті продавці, які згодні за зрівноваженою ціною або нижчою за неї продати свій товар, і ті покупці, які спроможні купити його за зрівноваженою ціною або вищою за неї. Усі інші суб'єкти ринку, яких не задовольняють зазначені вимоги, не можуть у цей момент бути учасниками процесу купівлі-продажу. У результаті на ринку встановлюється збалансована узгодженість: затребувана кількість продукту, яку хочуть і в змозі придбати покупці за узгодженою ціною відповідає кількості продукту, який згодні продати продавці за такою ж ціною. Усе це

засвідчує, що в ринкових умовах можливості встановлення цін товаровиробниками на власні товари є досить обмеженими і ціноутворення в умовах досконалої конкуренції не залежить від окремих товаровиробників.

Здійснюючи рух до споживача, продукція сільськогосподарських виробників змінює власника у форматі: товаровиробник – дистриб'ютор – споживач. У статусі дистриб'ютора можуть виступати закупівельні підприємства, організації та випадкові посередники. За такої схеми сільськогосподарська продукція може реалізовуватися фізичними й юридичними особами гуртом і в роздріб. Аграрні підприємства для реалізації продукції можуть використовувати й інші канали, у тому числі й гуртові чи торгові ринки, де їх участь у процесі ціноутворення може стати більш дієвою.

На кожному етапі руху сільськогосподарської продукції ціна має певну структуру, яка перебуває у нерозривному зв'язку не так з її окремими частинами вартості – собівартості і прибутку виробника, як з намірами, метою і можливостями нового власника продукту. Зумовлено це відсутністю на рівні сільськогосподарських виробників загальноприйнятої досконалої методики формування ціни на власну продукцію. Процес утворення ринкових цін виробниками на власні товари залишається ще недостатньо дослідженим, хоча у багатьох опублікованих працях наголошується увага на доцільності і необхідності таких пошуків.

Як зазначає О. Шпикуляк, виділяється „два ключових сегменти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію: перше – виробничий (внутрішньогосподарський); і друге – ринковий (система реалізації)” [305, с. 78].

Незважаючи на те, що на ринку ціни на сільськогосподарську продукцію встановлюються за співвідношенням попиту і пропозиції, які в умовах стабільної економіки базуються в основному на суспільно необхідних затратах праці, вони на окремі види продукції автоматично коригуються під впливом низки чинників суб'єктивного і об'єктивного характеру у вигляді наявності імпоротної продукції, зміни кон'юнктури і надходження великої кількості замінників, прояву регуляторних дій держави тощо. До того ж на практиці реалізаційні ціни встановлюються, як правило, нижчими від вартості продукції, через те що частина чистого доходу, яка створюється в аграрних підприємствах, перерозподіляється в інші сфери національної економіки. Такий методичний підхід до ціноутворення не лише не відображає реальної участі продуктивних сил сільськогосподарських виробників у виготовленні свого продукту й установленні його вартості, а й не сприяє створенню відповідних умов для

здійснення принципу матеріальної зацікавленості і можливостей сільських товаровиробників у розширенні виробництва.

У ринкових умовах можливості формування цін товаровиробниками на власні товари є досить обмеженими. Здійснюючи рух до споживача, продукція сільськогосподарського виробництва проходить через кілька стадій. Від товаровиробника вона надходить до закупівельних підприємств, організацій або до посередника, які у свою чергу скеровують її на промислову переробку або в торговельну мережу для продажу населенню. Аграрні підприємства для реалізації продукції можуть використовувати й інші канали, у тому числі й оптові чи торгові ринки, де їх участь у процесі ціноутворення може стати більш дієвою.

Реалізація принципу економічної свободи однаковою мірою зумовлює необхідність присутності і принципу економічної відповідальності суб'єктів відносин, заснованої на засадах вільного ціноутворення, тобто вільного коливання ринкових цін. Зростання цін за умови незмінності інших чинників спонукає виробників до збільшення обсягів виробництва і забезпечує зростання рентабельності господарської діяльності. У свою чергу перевищення пропозиції над попитом зумовлює зниження ціни, що негативно позначається на дохідності товаровиробників.

Проте якщо спонтанні коливання цін стають підставою для саморегуляції виробництва продукції, а це є очевидним в умовах ринкової економіки, то бажає чи ні суспільство, а в сільському господарстві миттєвого реагування товаровиробників на запит споживачів через процес виробництва і, особливо в галузі рослинництва, не відбудеться.

Внаслідок особливостей сільськогосподарського виробництва, де тісно переплітається дія економічних законів з дією природних, як наслідок кінцеві результати значною мірою залежать не лише від кількості та якості застосованих ресурсів, а й від конкретних умов, за яких здійснюється виробництво. Процес виробництва відбувається не тоді, коли є безпосередня участь, а під дією природних чинників.

Незбіжність періоду виробництва і робочого періоду зумовлює сезонність, що значною мірою визначає час, обсяги і кон'юнктуру. На стадії обміну між суб'єктами економіки є присутньою лише та продукція і та її кількість, яка створена виробниками протягом поточного року. Лише в період збирання урожаю і вжитку наявного запасу (виходячи з фактичних обсягів зібраного урожаю) виробники можуть позитивно реагувати на коливання цін й активно впливати на зміну попиту і пропозиції на певні види продукції на ринку.

До того ж кожен виробник являє собою одиницю засобів виробництва і робочу силу, що в кінцевому результаті представляє обмежений суспільний ресурс. Зрозуміло, не у всіх виробників витрати є однаковими і ринок, а точніше конкуренція відбраковує окремих виробників. Але ж не треба забувати, що ринок як сукупність добровільних угод у процесі обміну виступає особливим засобом досягнення мети. І мета виробника не лише могла б узгоджуватися з метою споживача, а й певною мірою знайти з боку споживача розуміння і сприяння в її досягненні.

За таких умов ціна могла б слугувати не лише гнучкою основою передачі інформації, а й мав би бути створений механізм, який ніс би відомості про обсяги виробництва кожним окремим виробником і його входження у певну технологічну ланку виробництва того чи іншого виду продукції в регіоні. У такий спосіб можна досягти динамічної стабільності обсягів виробництва продукції різних видів виробниками певного регіону. Це дало б змогу не лише узгодити пропозицію відповідно до суспільних потреб на окремі види продукції, а й забезпечити формування доходів господарюючих суб'єктів.

Основним орієнтиром і спонуканням обсягів виробництва для більшості товаровиробників, особливо господарств населення і фермерів, у поточному році виступає ціна на окремі види продукції минулого року. Як правило, на стадії виробництва у їх діях проявляється неузгоджений і хаотичний характер щодо кон'юнктури й обсягів виробництва і, як наслідок, у багатьох випадках в просторі і часі виробництво одного продукту є надлишковим, а іншого недостатнім.

Наприклад, у 2010 р. обсяги виробництва овочів, зокрема капусти, у приміській зоні м. Львова не задовольняли потребу споживачів. Високий попит спричинив ціну реалізації в середньому 250 грн за один центнер. Така ціна стала стимулюючим чинником для збільшення обсягів виробництва капусти у 2011 р., якої було вироблено більш ніж у 2,5 рази більше проти 2010 р. Зростання пропозиції призвело до зниження ціни у виробників, яка складала всього 50 грн за центнер. За такої ціни вони не в змозі стали повернути навіть затрачені кошти на придбання насіння, добрив, засобів захисту тощо. Як наслідок, частина вирощеного урожаю окремими виробниками була використана на корми худобі, а частина залишилася на полях незібраною. Зрозуміло, що на наступний рік виробники обмежать виробництво цього виду продукту.

З об'єктивних причин виробники мають очікувати таких цін, які б покрили витрати на виробництво продукту і забезпечили б нормальне повторення процесу відтворення продукту. На нашу думку, участь сільських

виробників в утворенні ринкових цін на власну продукцію має бути безпосередньою і визначальною. Ціни на сільськогосподарську продукцію мають ґрунтуватися на фактичних витратах на виробництво продукції, прибутку підприємства-виробника, податку на додану вартість, сумі акцизів і ліцензійного збору, якщо продукція обкладається ним.

З позиції виробника, ціни повинні встановлюватися на такому рівні, щоб забезпечувати йому повернення витрат на виробництво та одержання відповідної рентабельності для досягнення бажаних темпів розширеного відтворення і підвищення матеріального добробуту працівників підприємства. Економічно обґрунтовану ціну можна виразити такою формулою:

$$Ц = c + v + m , \quad (4.1)$$

де $c + v$ – собівартість продукції;

m – прибуток, що залишається на підприємстві.

Під час формування ринкових цін товаровиробниками ними визначаються якісні характеристики витрат і продукції, аналізуються дані рівня гуртових і роздрібних цін на аналогічні товари конкурентів, враховується споживчий попит на перспективу і рівень платоспроможності населення регіону. Особливо приділяється увага оцінці витрат, які складають собівартість продукції, що включають бухгалтерські витрати і невиробничі операційні витрати. Економічні витрати, по суті, є підставою для встановлення мінімальної ціни пропозиції на продукцію, але для забезпечення подальшого розширеного відтворення ціни повинні враховувати і підприємницький прибуток. Для прийняття цінового рішення виробники повинні зважати і пам'ятати, що зі збільшенням обсягу діяльності постійні витрати на одиницю продукції зменшаться, а рівень цін знизиться. І обсяг діяльності змінює співвідношення граничних витрат і граничного прибутку на одиницю виробу. За таких обставин суб'єкту господарювання, аби забезпечити рентабельність виробництва, необхідно визначати обсяг діяльності, за якого граничні витрати будуть найменшими, а прибуток найбільшим.

Виробникам необхідно одержання граничного прибутку на одиницю виробу розглядати як варіант узгодження своєї цінової політики з ринковою. В умовах вільної конкуренції суб'єкти господарської діяльності на ринку сільськогосподарської продукції вимушені приймати ту ціну, яка формується на основі співвідношення попиту і пропозиції і вчасно реагувати на її зміни. У разі запізнення реакції на зниження роздрібних цін на ринку у підприємства не лише зменшаться обсяг реалізованої продукції і маса

одержаного прибутку, а й відбудеться втрата частини покупців, що відійдуть до конкурентів.

Адекватно недопустимою є реалізація продукції виробником за зниженими цінами у разі їх зростання на ринку. Несвоєчасна реакція на підвищення рівня ринкової ціни призводить до зменшення обсягів прибутку. Отже, ціна пропозиції має чітко контролювати зміну ринкової ціни, своєчасно реагуючи на ціну попиту. Ринкова ціна, яка формується на ринку сільськогосподарської продукції в умовах досконалої конкуренції, в основному не залежить від окремих товаровиробників, а лише від споживачів.

Гарантованою умовою одержання прибутку виступають граничні витрати виробника, які мають бути меншими за ринкову ціну у будь-якому випадку зростання чи зниження ринкової ціни на окремий вид продукції. У протилежному випадку, якщо граничні витрати окремого виду продукції перевищують ринкову ціну, то кожна наступна реалізована одиниця продукції призводитиме до зменшення прибутку.

Розв'язуючи завдання зіставлення затрат виробників і корисності запропонованого товару для споживачів, ринок визначає суспільно необхідні затрати праці, тобто ті затрати, які готовий компенсувати покупець виробнику. Акт купівлі-продажу не відбудеться доти, доки не встановиться взаємовигідна ціна, що зрівняє попит і пропозицію. За такої взаємодії між виробниками та споживачами формується ціна. У ході ринкового обміну ціна встановлюється за допомогою зіставлення суспільно необхідних затрат і корисності товару. З економічного і соціального поглядів вона повинна задовольнити споживача у корисності товару і забезпечувати повернення витрат виробнику, понесених на його виробництво. Надто високі ціни можуть призвести до скорочення попиту на продукцію, і вона не знайде збуту. Низькі ціни не забезпечать повернення понесених витрат виробнику, а її виробництво стане збитковим, тоді як для споживачів низька ринкова ціна відповідатиме їх платоспроможності.

Таким чином, базовою основою для встановлення ціни пропозиції мають бути економічні витрати підприємства, що відповідають найменшим граничним витратам при заданих обсягах виробництва і найбільшому прибутку [14, с. 44].

Але ця вимога можлива лише за умов адекватного поєднання ціннісного та витратного підходів, тобто за ціннісними характеристиками продукт мав би відповідати потребам споживача, а відтак відбудеться забезпечення виробнику достатнього рівня рентабельності.

Проте на ринку сільськогосподарської продукції через існування

зовнішніх і внутрішніх протиріч, чинниками яких виступають ріст цін на ресурси, зниження платоспроможності населення, заповнення ринку дешевими і неякісними заміниками та нерегульований імпорт, спричиняються низка збурень. І, як правило, виникають перевиробництво одних видів продукції та дефіцит інших, чим зумовлюється не виправдана диференціація різних товаровиробників за доходами, що супроводжується виникненням безробіття. Ці процеси є результатом низки особливостей дії механізму ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції.

Однією з особливостей ціноутворення є сезонна нерівномірність надходження продукції на ринок. Це зумовлено відсутністю складів, сховищ і умов для зберігання продукції, і, як результат у період збирання врожаю сільськогосподарські виробники змушені реалізовувати свою продукцію за цінами, навіть нижчими за її собівартість.

Динамічність процесу ціноутворення на сільськогосподарську продукцію зумовлюється її життєвою необхідністю для суспільства. І споживачі незалежно від пропозиції погоджуються сплачувати таку суму грошей, яку вимагають продавці. Через це не завжди ціна на продукцію відображається точкою перетину попиту і пропозиції і, як результат, перебиває виробничі витрати в декілька разів.

Важливою особливістю ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції є те, що ціни нерідко формуються під впливом цін на аналогічну імпортовану продукцію, формування яких відбувалося в умовах забезпеченості виробників розвинутою ринковою інфраструктурою та достатнім рівнем авансованого у виробництво капіталу.

Оскільки ринок, як сукупність добровільних угод у процесі обміну, виступає особливим засобом досягнення мети, то мета виробника не лише могла б узгоджуватися з метою споживача, а й певною мірою знайти з боку споживача розуміння і сприяння в її досягненні. За таких умов ціна могла б слугувати не лише гнучкою основою передачі інформації, а й основою для створення механізму, який ніс би відомості кожному окремому виробнику про обсяги виробництва і його входження у певну технологічну ланку виробництва того чи іншого виду продукції в регіоні. У такий спосіб можна досягти динамічної стабільності обсягів виробництва продукції різних видів виробниками певного регіону. Це дало б змогу не лише узгодити пропозицію відповідно до суспільних потреб на окремі види продукції, а й забезпечити формування доходів господарюючих суб'єктів.

В умовах дії законів ринкової економіки на ринку сільськогосподарської продукції не повинно бути безпосередньої державної політики ціноутворення. Однак держава покликана узгоджувати інтереси і

цілі споживачів та виробників, забезпечуючи тим самим досягнення продовольчої безпеки країни. Її головною метою має стати забезпечення рівня достатності і доступності наукового обґрунтованого рівня споживання продуктів усіма верствами населення за рахунок результатів діяльності вітчизняних сільськогосподарських виробників.

Нинішній рівень доступності продовольчого споживання для населення країни показує невтішний результат. Споживчі ціни на продукти харчування занадто високі порівняно з доходами населення [191, с. 80]. На забезпечення життєздатності населення затрачається майже 70 % доходу.

Основною причиною такої суперечності в нашій країні є те, що відтворювальні ціни на продовольство для споживачів занадто високі, а відтворювальні ціни для виробників сільськогосподарської продукції є недостатніми [191, с. 83]. Тобто в країні обмеження попиту на продовольство зумовлене низькою платоспроможністю населення, чим спонукається ризикованість виробництва, з точки зору його збитковості.

За умови перевищення ціни над витратами продукція є конкурентоспроможною, а з іншого боку, перевищення витрат над ціною свідчить про її не конкурентоспроможність. Ринкова рівновага попиту і пропозиції є теоретичною підставою ціноутворення, однак на практиці модель у зрівноваженні цін значною мірою залежить від дії різних інших чинників ціноутворення. Це можуть бути дії з боку держави дотаційного характеру, безпосереднього цінового регулювання, ріст платоспроможності населення, нерегульований імпорт, контрабандні завезення продукції тощо.

Якщо припустити, що природні і фінансові ризики для сільськогосподарських товаровиробників залишаються незмінними, то в умовах ринкової економіки можна орієнтуватися на очікувані обсяги попиту і пропозиції в момент зрівноваженого ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції за таких умов (рис. 4.1).

Відхилення обсягів пропозиції продукції в бік зменшення або збільшення, які можуть мати місце за рахунок основних суб'єктивних чинників організаційного, технологічного і економічного характеру, можна і необхідно регулювати державі.

За таких умов з допомогою моделі можна визначити граничні відхилення від зрівноваженої ціни як у максимальному, так і мінімальному розмірі, що свідчатиме про можливе забезпечення прибутків товаровиробникам і буде прийнятним для споживачів.

У такий спосіб можна визначити забезпечення доступності і достатності споживання сільськогосподарської продукції вітчизняного

виробництва для переважної більшості населення країни і відповідний рівень рентабельності сільськогосподарським товаровиробникам.

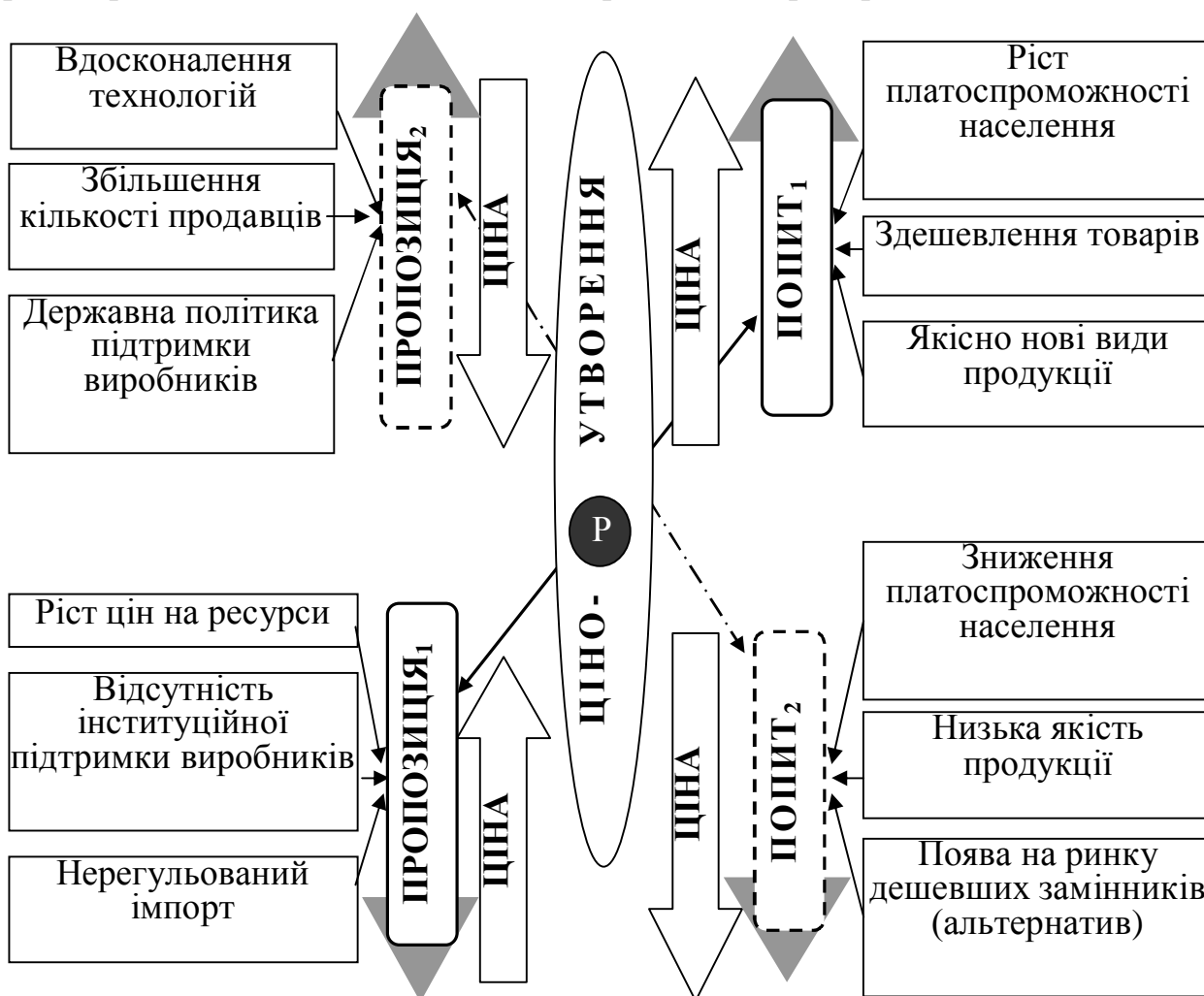


Рис. 4.1. Ціноутворення на сільськогосподарську продукцію з урахуванням впливу чинників.

Прогнозування пропозиції на основі даних табл. 4.1 може стати підґрунтям встановлення балансу обсягів виробництва та доступності і достатності споживання сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва для населення країни на основі зрівноваженої ціни. На основі відносних змін попиту і пропозиції залежно від суб'єктивних та об'єктивних чинників, а також рівня інфляції та зміни цін на сільськогосподарську продукцію нами зроблено спробу встановити, на основі використання індексного методу, відповідність обсягів пропозиції продукції і її попиту.

Індексний метод прогнозування ґрунтується на приведенні актуальних значень показників продукції до майбутнього (прогнозованого) моменту за допомогою індексів, що характеризують зміну в майбутньому певних умов порівняно з умовами на сьогодні [51; 96; 147].

Рівень обсягу пропозиції за умов одночасної дії різновекторних чинників*

Пропозиція сільськогосподарської продукції					
збільшення (сприяння)			зменшення (перешкоди)		
чинники	позначення	значення, %	чинники	позначення	значення, %
вдосконалення та запровадження нових технологій	<i>a</i>	20-25	ріст цін на ресурси для сільськогосподарських виробників	<i>g</i>	30-35
збільшення кількості продавців однорідної продукції	<i>b</i>	15-25	відсутність інституційної підтримки виробників	<i>j</i>	10-12
державна політика підтримки виробників	<i>c</i>	10-12	нерегульовані й імпорт, контрабандні завезення	<i>f</i>	15-20

* Джерело: розраховано автором.

Математично індексний метод прогнозування виражається з допомогою співвідношення [51] :

$$P_f = P_n \cdot J_1 \cdot \dots \cdot J_m . \quad (4.2)$$

де P_f – показник на прогнозований період, %;

P_n – показник, що відповідає рівню періоду на момент дослідження;

$J_1, J_2 \dots J_m$ – індекси зміни економічних, організаційно-технічних та інших умов реалізації продукції (зокрема сільськогосподарської) в прогнозованому періоді порівняно з періодом дослідження;

m – кількість основних чинників, які беруться до уваги.

Слід зазначити, що для побудови співвідношення (4.2) використано мультиплікативний підхід.

Якщо, наприклад, період зростання цін становить два роки, то відповідний індекс зростання цін (J_*) буде в квадраті (J_*^2), де J_* відповідає одному року. Узагальнимо співвідношення (4.2):

$$P_f = P_n \cdot J_1 \cdot \dots \cdot J_p / (J_{p+1} \cdot \dots \cdot J_m) . \quad (4.3)$$

Тут у чисельнику індекси, які характеризують збільшення цін (позитивний ефект), а в знаменнику – зменшення (негативний ефект для власника продукції).

Рівень обсягу попиту за умов одночасної дії різновекторних чинників*

Попит на сільськогосподарську продукцію					
зростання (сприяння)			зниження (перешкоди)		
чинники	позначення	значення, %	чинники	позначення	значення, %
ріст платоспроможності населення	x	12-15	зниження платоспроможності	k	20-25
здешевлення товарів	y	8-10	низька якість продукції	n	10-15
якісно нові види продукції	z	10-15	наявність на ринку замінників, альтернатива	m	8-12

* Джерело: розраховано автором.

Відносні індекси (табл. 4.3) використаємо для оцінювання показників P_{f1} , P_{f2} , де P_{f1} – показник на прогнозований період (у даному випадку на 1 рік), який характеризує можливі відносні зміни пропозиції сільськогосподарської продукції.

Аналогічно P_{f2} – показник на прогнозований період (у даному випадку на 1 рік), який характеризує можливі відносні зміни попиту на сільськогосподарську продукцію.

Запишемо співвідношення (4.3) для даних, які характеризують можливі відносні зміни пропозиції сільськогосподарської продукції, прийнявши показник, що відповідає актуальному моменту, $P_n = 1$:

$$P_{f1} = P_n \cdot J_a \cdot J_b \cdot J_c / (J_g \cdot J_j \cdot J_f). \quad (4.4)$$

Аналогічно запишемо співвідношення (4.3) для даних, які характеризують можливі відносні зміни попиту на сільськогосподарську продукцію, прийнявши також $P_n = 1$:

$$P_{f2} = P_n \cdot J_x \cdot J_y \cdot J_z / (J_k \cdot J_l \cdot J_s). \quad (4.5)$$

Проведено розрахунки, які характеризують прогноз (на наступний рік порівняно з попереднім), використавши дані табл. 4.1. Результати середніх значень і можливих відхилень подано в табл. 4.3.

Відхилення від середніх значень для P_{f1} і P_{f2} знаходимо таким чином:
 $\Delta P_{f1} = (P_{f1max} - P_{f1min})/2 = 0,114$; $\Delta P_{f2} = (P_{f2max} - P_{f2min})/2 = 0,097$. (4.6)

Слід зазначити, що середини діапазонів відхилень

$P_{f1*} = (P_{f1max} + P_{f1min})/2 = 0,95$ і $P_{f2*} = (P_{f2max} + P_{f2min})/2 = 0,923$ (4.7)
 незначно відрізняються від P_{f1c} і P_{f2c} .

Відносні зміни попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції*

Можливі відносні зміни пропозиції сільськогосподарської продукції			
Збільшення (сприяння)		Зменшення (перешкоди)	
чинники	значення індексу	чинники	значення індексу
вдосконалення та запровадження нових технологій	$I_a = 1,20 \div 1,25$	ріст цін на ресурси для сільськогосподарських виробників	$I_g = 1,30 \div 1,35$
збільшення кількості продавців однорідної продукції	$I_b = 1,15 \div 1,25$	відсутність інституційної підтримки виробників	$I_j = 1,10 \div 1,12$
державна політика підтримки виробників	$I_c = 1,10 \div 1,12$	нерегульований імпорт, контрабандні завезення	$I_f = 1,15 \div 1,20$
Можливі відносні зміни попиту на сільськогосподарську продукцію			
зростання (сприяння)		зниження (перешкоди)	
чинники	значення індексу	чинники	значення індексу
ріст платоспроможності населення	$I_x = 1,12 \div 1,15$	зниження платоспроможності	$I_k = 1,20 \div 1,25$
здешевлення товарів	$I_y = 1,08 \div 1,10$	низька якість продукції	$I_l = 1,10 \div 1,15$
якісно нові види продукції	$I_z = 1,10 \div 1,15$	наявність на ринку замінників, альтернатива	$I_s = 1,08 \div 1,12$

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Відносні відхилення від P_{f1c} і P_{f2c} знаходимо з допомогою співвідношень:

$$\delta P_{f1} = \frac{\Delta P_{f1}}{P_{f1c}} = \frac{0,114}{0,944} = 0,121; \quad \delta P_{f2} = \frac{\Delta P_{f2}}{P_{f2c}} = \frac{0,097}{0,927} = 0,105. \quad (4.8)$$

Таким чином, встановлено, що пропозиція переважала попит на:

$$W = P_{f1c}/P_{f2c} = 0,944/0,927 = 1,018, \quad (4.9)$$

тобто в середньому на 1,8 %.

Таблиця 4.4

Середні значення індексів та можливі відхилення*

Показник	Середні значення	Мінімальні значення індексів у (4.4), (4.5)	Максимальні значення індексів у (4.4), (4.5)	У чисельниках формул (4.4), (4.5) – мінімальні значення, у знаменниках – максимальні	У чисельниках формул (4.4), (4.5) – максимальні значення, у знаменниках – мінімальні
P_{f1}	$0,944=P_{f1c}$	0,923	0,965	$0,836=P_{f1min}$	$1,064=P_{f1max}$
P_{f2}	$0,927=P_{f2c}$	0,933	0,903	$0,826=P_{f2min}$	$1,020=P_{f2max}$

* Джерело : розраховано автором.

Проведені розрахунки дають підґрунтя для вивчення причин відхилень від кореляційних залежностей, зокрема між цінами на групи сільськогосподарської продукції та індексами інфляції.

Як приклад, розглянемо дані табл. 4.5 і 4.6, на основі яких визначаємо кореляційні залежності індексів інфляції та індексів цін сільськогосподарської продукції, що відповідають періоду часу 2005-2013 рр.:

- між індексами інфляції в країні і середніми індексами цін для продукції рослинництва – коефіцієнт кореляції R_{ur} ;
- між індексами інфляції в країні і середніми індексами цін для продукції тваринництва – коефіцієнт кореляції R_{ut} ;
- між середніми індексами цін для рослинництва і середніми індексами цін для тваринництва – коефіцієнт кореляції R_{rt} ;
- між індексами інфляції (в Україні) та між середніми індексами цін для рослинництва і тваринництва – коефіцієнт кореляції R_{urt} .

Коефіцієнт парної кореляції R_{ij} ($R = R_{12}$) для двох випадкових значень параметрів (індексів) y_1 і y_2 визначається за відомою формулою [145, с. 131]:

$$K_k = r_{12} = \frac{1}{m} \frac{\sum y_1 y_2 - \bar{y}_1 \bar{y}_2}{\sigma_{y1} \sigma_{y2}}, \quad (4.10)$$

де $\frac{1}{m} \sum y_1 y_2$; $\sigma_{y_1} = \sqrt{\frac{\sum y_1^2}{m} - \bar{y}_1^2}$; $\sigma_{y_2} = \sqrt{\frac{\sum y_2^2}{m} - \bar{y}_2^2}$; \bar{y}_1, \bar{y}_2 – середні значення параметрів; $\sigma_{y_1}, \sigma_{y_2}$ – середні квадратичні відхилення.

Таблиця 4.5

Індекси зміни цін основних видів продукції рослинництва*

Рік	Картопля	Зернові та зернобобові культури	Олійні культури	Овочі	Середні для рослинництва
2005	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
2006	1,405	1,158	0,901	1,080	1,136
2007	1,085	1,408	1,963	1,215	1,418
2008	1,093	1,180	0,680	1,442	1,099
2009	1,041	0,947	1,040	0,823	0,963
2010	1,217	1,232	1,557	1,297	1,326
2011	1,154	1,226	1,126	1,038	1,136
2012	1,061	1,126	1,082	1,003	1,068
2013	1,719	0,892	0,836	0,436	0,971

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

У результаті розрахунків отримано

$$R_{ur} = 0,288; \quad R_{ut} = 0,686; \quad R_{rt} = 0,398; \quad R_{urt} = 0,555. \quad (4.11)$$

Із співвідношень (4.11) видно, що можна говорити про кореляцію лише між індексами інфляції (в Україні) і середніми індексами цін для продукції тваринництва – $R_{ut} = 0,686$ (кореляція незначна). В інших випадках кореляція практично відсутня.

Таблиця 4.6

Індекси зміни цін основних видів продукції тваринництва*

Рік	Худоба та птиця (у живій вазі)	Молоко та молочні продукти	Яйця, за 1 тис. шт.	Середні для тваринництва	Середні для галузей: рослинництва, тваринництва	Індекси інфляції в країні
2005	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1
2006	1,002	0,963	0,772	0,912	1,040	1,116
2007	1,015	1,345	1,356	1,239	1,341	1,166
2008	1,515	1,383	1,408	1,435	1,243	1,223
2009	1,106	0,982	1,074	1,054	1,002	1,123
2010	1,060	1,423	1,241	1,241	1,290	1,091
2011	1,125	1,138	1,208	1,157	1,147	1,046
2012	1,124	0,875	1,170	1,056	1,062	0,998
2013	0,858	0,929	0,967	0,918	0,945	1,005

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Результати розрахунків типу (4.6)-(4.9), проведені для кожного з років (2005-2013), будуть давати різні результати, оскільки щороку ситуація на ринку сільськогосподарських продуктів змінюється і відповідно будуть змінюватись дані в табл. 4.3.

Таким чином, для кожного з років (2005-2013) можна знайти поправки типу (4.6)-(4.9) і з їхньою допомогою (а також з допомогою інших чинників) пояснити відхилення від кореляційних залежностей, поданих у формулі (4.11).

Отже, з метою наближення процесу ціноутворення до реальних умов, на нашу думку, формування цін на власну продукцію сільськогосподарських товаровиробників має базуватися на ґрунті витрат і необхідної рентабельності з урахуванням суспільно необхідних затрат праці. Ця умова має виступати основним критерієм наукового обґрунтування і об'єктивного процесу ціноутворення. А отже, у формуванні ринкової ціни на власну продукцію сільськогосподарських товаровиробників мають бути задіяними у форматі пропозиції – виробники, у форматі споживачів – покупці і держава, яка мала б врахувати чинники впливу на зміну ринкових відносин між суб'єктами і, застосовуючи регуляторні важелі, їх нівелювати.

4.2 Стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва

Суспільне виробництво характеризується розвитком та двоїстістю відтворення, у процесі якого мають місце витрати – споживання ресурсів, з одного боку, а з іншого, відбувається формування – виробництво благ, які задовольняють потреби суспільства. Ці процеси зумовлені високим рівнем взаємодії виробництва та споживання. Споживання спонукає людей до виробництва того продукту, в якому є потреба і який буде спожитий, а виробник знову поновить його виготовлення за рахунок праці і спожитих ресурсів. "Якщо ми розглянемо уважно структуру ринкової економіки, то побачимо, що нею управляють два монархи – споживач і технологія" [259, с. 77]. Споживчий ринок тісно пов'язує виробників і споживачів. Через уподобання та платоспроможність споживачі керують виробниками, як і куди спрямовувати свої ресурси. Виробники виходять з того, які матимуть доходи від виробництва певного виду продукції і як наміри їх економічної діяльності узгоджуються з наявними ресурсами. Підприємства з відсталою

матеріально-технічною базою, застарілими технологіями, організацією і управлінням не можуть бути конкурентоспроможними на ринку сільськогосподарської продукції тривалий час. Знизити індивідуальні витрати та виробляти конкурентоспроможну продукцію можна застосуванням найефективніших способів виробництва на основі впровадження інновацій.

Щоб забезпечити економічну, а через неї і національну безпеку країни, доцільно розвивати і зміцнювати ядро народногосподарського комплексу – аграрну галузь, яка здатна виробляти та постачати на внутрішній і зовнішній ринки високоякісну конкурентоспроможну продукцію у чималих обсягах. Наявні місцеві ресурси України – а це родючі ґрунти і сприятливі кліматичні умови – є придатними для виробництва багатьох видів сільськогосподарських культур, що мають необмежений попит на світовому ринку. Україна спроможна виробляти близько 80 млн т зерна, 5,5 млн т цукру, 25 млн т картоплі, 15 млн т овочів, 6 млн т м'яса, 30 млн т молока, 25 млрд шт. яєць та багато іншої продукції [350].

Щодо можливостей, то такі орієнтири можуть бути легко освоєні. Адже у 1990 р. в Україні вироблялося 51 млн т зерна, 44,2 млн т цукрових буряків, 16,7 млн т картоплі, 6,7 млн т овочів, 4,4 млн т м'яса, 24,5 млн т молока, 16,3 млрд шт. яєць. Нещодавно Україна з розрахунку на одну особу населення займала перше місце в Європі з виробництва цукру, друге – зерна, молока та масла, третє – картоплі та м'яса.

Нині виконати такі грандіозні завдання та й навіть, щоб забезпечити населення країни продуктами харчування у повному розмірі відповідно до науково обґрунтованих норм, необхідно збільшити обсяги виробництва основних видів продукції у 1,5 – 2 рази. Досягти зазначених перспектив за умов втрати багатьма сільськогосподарськими товаровиробниками виробничого потенціалу, погіршення можливостей відтворення матеріально-технічної бази, яка зношена і морально застаріла, за високого диспаритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, практично неможливо. Проблема у багатьох випадках посилюється ще й неприйнятними споживацькими настроями з боку галузей переробної промисловості та утиском з боку контролюючих державних структур.

Вихід із ситуації, що склалася в аграрному секторі економіки, є можливим за умови вирішення в єдності двох завдань: відродження впевненості, зацікавленості та сил сільських товаровиробників, з одного боку, а з іншого – надання їм державної допомоги шляхом створення умов для розв'язання питань фінансово-кредитного, енергетичного і матеріально-технічного забезпечення.

Зрозуміло, що відродження впевненості та сил сільських товаровиробників, а відтак і зростання виробничих перспектив може відбутися лише на ґрунті зміцнення матеріально-технічної бази їхніх господарств, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій та усунення диспаритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, що використовується в аграрному виробництві. Отже, первинним має бути зроблений крок держави у здійсненні низки економічних, правових та фінансових заходів із використанням нею дієвих важелів і прийомів регуляторної політики в напрямі відновлення і розширення матеріально-технічної бази на інноваційній основі, як базисної опори сил, впевненості, зацікавленості і можливостей сільськогосподарських товаровиробників.

Виробнича здатність ресурсів господарюючих суб'єктів повсякчас є зорієнтованою на одержання позитивного кінцевого результату. Виробник завжди зацікавлений одержати максимальну кількість продукції за мінімальних затрат. У нинішніх умовах, коли загострилася проблема забезпеченості виробників ресурсами і їх обмеженість посилилася, актуальним стало питання ефективного використання можливостей наявної матеріально-технічної бази і пошуку постійного технологічного оновлення виробничих процесів з метою ресурсозбереження.

Для сільськогосподарських товаровиробників, у яких земля є головним засобом виробництва, нововведення в технологічні процеси виробництва продукції стають визначальними лише тоді, коли інноваційні заходи забезпечують очікувані результати і не впливають негативно на природовикористання. Це означає, що в процесі обробітку ґрунту не слід допускати пошкодження його фізичних, хімічних та механічних властивостей і систематично поновлювати в ґрунті кількість поживних речовин, що використані у процесі вирощування сільськогосподарських культур, вносячи відповідну кількість органічних і мінеральних добрив. Іншими словами, повернути землі ту поживність, яку використано в процесі виробництва.

До важливих прикмет і ознак, що є результатом інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва, слід віднести показники агроекологічної та економічної оцінки використання земельних ресурсів, стан і рівень родючості ґрунтів, структуру посівів сільськогосподарських культур відповідно до ефективної сівозміни, рівень внесення органічних і мінеральних добрив, здійснення осушувальної і зрошувальної меліорації, вапнування кислих і гіпсування засоленних земель, боротьбу з водною і вітровою ерозією, впровадження нових сортів і гібридів сільськогосподарських культур, захист їх від хвороб і шкідників тощо.

Підвищення рівня зазначених показників є необхідним для покращання функції і продуктивності землі як основної ланки виробничої системи, яка завжди має бути зорієнтованою на зростання кінцевого результату. Причому для суспільства важливим є і воно зацікавлене в тому, щоб одержання високих результатів було можливим за мінімальних витрат ресурсів.

На урожайність, а відтак і на обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, суттєвий вплив має низка чинників, які стали безпосереднім наслідком або зумовлені трансформаційними процесами в аграрній сфері. Основними з них є:

- різке погіршення мотивації праці, що знаходить вираження у погіршенні трудової дисципліни і недотриманні технологічних вимог виробництва продукції. Цей процес закономірний в умовах розширення особистих селянських господарств і зниження реальної заробітної плати у господарствах суспільного сектору;
- повний розлад селекційної роботи, внаслідок чого знизився потенціал продуктивності рослин;
- значне зменшення застосування мінеральних добрив і засобів захисту рослин, які наполовину визначають обсяг приростів урожаю;
- неритмічне й недостатнє надходження в господарства інших матеріально-технічних засобів внаслідок недоліків у фінансово-кредитному механізмі і порушення паритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, що призводить до несвоєчасного й неякісного виконання технологічних операцій;
- великий рівень зношеності більшості основних засобів.

На думку вченого Л. Марчука, зниження продуктивності землі у сільському господарстві та поява незворотних пластичних деформацій у ґрунті відбулися, передусім, за рахунок високої розораності землі, зменшення використання добрив, індустріалізації та хіміко-технологічної інтенсифікації сільськогосподарського виробництва з використанням важкої вузько операційної техніки в попередній період, відмови від ґрунтозахисних сівозмін тощо. І як шлях вирішення багатьох проблем і піднесення ефективності сільськогосподарського виробництва наводиться приклад ведення органічного сільського господарства у країнах Західної Європи, США, Австралії та Японії, де використання таких технологій відбувається на площі 31 млн га. Найбільша кількість цих площ в Австралії – 12 млн га, Китаї – 3,5 млн га, Аргентині – 2,8 млн га. Вчений відзначає, що органічне сільське господарство не спроможне забезпечити постійне нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, як за умов

індустріальних технологій, але гарантує якісне виробництво продовольства на певному стабілізаційному рівні й потребує постійного інноваційного оновлення [130, с. 60]. Водночас, він зауважує, що органічне сільське господарство поступово набуває поширення в Україні, і відзначає, що за стандартами Міжнародної федерації органічного землеробства в нашій країні було сертифіковано 69 підприємств із загальною площею під органічним сільськогосподарським виробництвом близько 240 тис. га. На його думку, серед причин повільного впровадження органічного землеробства є відсутність законодавчого визнання органічного сільського господарства, невідпрацьована система реєстрації підприємств, що займаються органічним землеробством, переважна орієнтація на експорт у виробництві певних видів продовольства, недостатня обґрунтованість стандартів органічної продукції, необов'язковість її маркування, відсутність державної підтримки розвитку органічного сільського господарства тощо [130, с. 61].

Погоджуючись певною мірою з Л. Марчуком щодо зменшення використання добрив, і особливо органічних, відмови від ґрунтозахисних сівозмін та інтенсифікації сільськогосподарського виробництва з використанням важкої вузькоопераційної техніки в попередній період, слід зауважити, що до початку реформування галузі органічне землеробство в Україні здійснювалося на переважній більшості території і використання хімічних засобів було обмеженим.

На той час в економічній і науковій літературі як інновації пропагувався зарубіжний досвід виробництва продукції з широким використанням хімічних засобів боротьби з бур'янами і шкідниками – пестицидів та гербіцидів. Сільськогосподарським виробникам України, в умовах адміністративно-командної системи управління, ці технології були нав'язані, що в результаті призвело до занепаду органічного виробництва, як такого. Стимулювання виробництва продукції на засадах інновацій, що проявлялося в регуляторній функції держави, принесло не позитивний, а, скоріш, негативний результат. Поспішна реалізація нововведень у багатьох випадках призвела до погіршення екологічних показників виробленої продукції, зробила її небезпечною для споживачів і поставила виробників у складне становище з її реалізацією.

Нині переведення сільськогосподарського виробництва на інноваційний і природозберігаючий шлях є досить проблематичним. З одного боку, посилюються вимоги до наших сільськогосподарських товаровиробників з необхідності ведення землеробства у форматі моделі екологічно чистої продукції, у зв'язку з тим, що Україна вступила до СОТ і

знято ввізне мито на продаж в країни Європи сільськогосподарської продукції, а з іншого боку – зростання обсягів виробництва і здешевлення аграрної продукції нині в Україні може бути досягнуто лише за рахунок запровадження інноваційного виробництва, з елементами, що суперечать засадам виробництва органічно чистої продукції.

З огляду на важливість стійкого розвитку сільського господарства за рахунок провадження виробництва органічно чистої продукції і необхідності забезпечення збереження цінних земельних ресурсів та природного середовища нині пріоритетними напрямками мають стати раціональна взаємодія людини, економіки і навколишнього середовища на засадах інноваційного розвитку. Основними заходами для виходу зі складної ситуації можуть стати:

- запровадження екологічно стійких, ресурсо- та енергоощадних інноваційних технологій у землеробстві відповідно до регіональних особливостей;
- застосування науково обґрунтованих структур посівних площ, вибудованих на раціональній сівозміні;
- використання адаптованих у регіоні екологобезпечних, ґрунтозахисних технологій і систем обробітку ґрунтів, що дасть змогу запобігти виснаженню їх родючості і деградації;
- використання нових видів мінеральних добрив, хімічних засобів і способів боротьби з хворобами і шкідниками, здатних забезпечити виробництво екологічно чистої продукції;
- використання високоврожайних, адаптованих до регіонів сільськогосподарських культур з можливістю ведення біологічних методів боротьби з шкідниками та хворобами;
- інноваційне відновлення комплексної екологічно виваженої механізації та автоматизації виробничих процесів і спрямування у ресурсну та матеріально-технічну базу агропромислового виробництва нових інноваційних розробок;
- ведення природо- та енергоощадних гідромеліоративних систем і способів осушення та зрошення з урахуванням екологічних умов регіонів й біологічних параметрів вирощування сільськогосподарських структур;
- запровадження енергоощадних технологій з використанням високопотужної техніки нового покоління багатоопераційного призначення, з урахуванням екологічних вимог і стандартів.

Сільськогосподарський аспект інноваційного розвитку може бути ефективним за умови використання виробничо-технологічних нововведень, які є результатом наукових, у тому числі селекційно-генетичних, розробок і

нових видів сільськогосподарської продукції, що є придатними до практичного застосування у виробництві, у тому числі на основі використання застарілих технологій не лише виробництва, а й зберігання і переробки сільськогосподарської сировини.

Лише в комплексі використання нових технологій проведення сільськогосподарських робіт на основі інноваційного розвитку матеріально-технічної бази сільськогосподарських підприємств, модернізації існуючої матеріально-технічної бази та технічного переозброєння підприємств переробної промисловості і збуту продукції і на цій основі застосування нових технологій зберігання та переробки сільськогосподарської сировини може бути забезпечене підвищення і збереження біологічно цінних якостей продукції, як результату нововведень у сільськогосподарському виробництві.

У практичній діяльності господарюючих суб'єктів нововведення повинні охоплювати також менеджмент, логістику, застосування інформаційних технологій, нових методів маркетингової діяльності тощо. Рациональне технічне переобладнання всіх сфер АПК буде ефективним, якщо супроводжуватиметься процесами реорганізації організаційно-управлінської діяльності, включаючи інституціональні нововведення під час формування принципово нових організаційно-правових структур інтегрованого типу (агрохолдинги, агрофірми, технопарки).

Належить визнати, що сільському господарству і всьому агропромислому комплексу України приділяється недостатня увага стосовно впровадження інноваційних технологій і новацій, у зв'язку з чим потрібно зробити все необхідне для того, щоб розвиток національного агропромислового комплексу насправді став державним діловим пріоритетом. Іншими словами, державна політика у сфері сільськогосподарського виробництва, у нинішніх реальних умовах, повинна набути засад, спрямованих на прискорений розвиток провідних галузей національного агропромислового комплексу, а це, зокрема, виробництво молока і молочних продуктів, м'яса і м'ясопродуктів, і виступати як одна з важливих передумов забезпечення економічної, а через неї і національної безпеки країни. Відтак уся соціально-економічна політика в Україні повинна бути націлена на мобілізацію сил і засобів для збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції при зменшенні витрат на одиницю продукції, підвищення якості, збереження і зниження її втрат та досягнення ефективного функціонування галузей АПК.

Будучи країною аграрного спрямування, і на перспективу Україні не слід обмежуватися лише тими обсягами виробництва продуктів сільського

господарства, що відповідають нашим внутрішнім потребам. Це стосується виробництва всіх видів продукції, у тому числі й картоплі, якої в Україні виробляється понад науково обґрунтовані норми споживання в кілька разів. Щоб стабілізувати виробництво продукції цієї галузі, яка є не конкурентоспроможною на світовому ринку, необхідно розвивати потужності промисловості для її переробки на інноваційній основі, для постачання кінцевої продукції на внутрішній і зовнішні ринки.

Якщо не сконцентрувати увагу на розвиток підприємств з переробки сільськогосподарської продукції, то з часом Україна може втратити зарубіжні ринки продовольчих і сільськогосподарських товарів і галузі вітчизняного агропромислового комплексу будуть занедбані, як це відбувається в бурякоцукровому виробництві.

Зниження ефективності галузей аграрного виробництва може призупинити одержання інвестиційних ресурсів, необхідних для модернізації фізично зношеної і морально застарілої матеріально-технічної бази або придбання нової зарубіжної техніки та впровадження прогресивних технологій.

Використання застарілої матеріально-технічної бази і технологій не дає змоги сільськогосподарським товаровиробникам виробляти конкурентоспроможну продукцію не лише на зовнішній, а й на внутрішній ринок. Висока собівартість продукції вітчизняних товаровиробників, низька її якість, а іноді й дефіцит сприяють нелегальним і тіншовим каналам завезення на ринок сільськогосподарської продукції великих обсягів товарів із зарубіжних країн. У такий спосіб українські споживачі стимулюють розвиток закордонних сільських товаровиробників. Тому робота владних структур повинна бути спрямованою на створення інвестиційної привабливості для посилення інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств, на зміцнення їх матеріально-технічної бази та запровадження виробництва на інноваційній основі.

Зміцнення виробничого потенціалу можливе за рахунок мобілізації внутрішніх джерел, залучення коштів з інших галузей, диверсифікації видів економічної діяльності підприємств, розширення масштабів кредитування сільського господарства та збільшення надходжень іноземного капіталу, оскільки обмежена платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції, висока собівартість і низькі реалізаційні ціни на аграрну продукцію не забезпечують сільськогосподарським підприємствам одержання тих доходів, які потрібні для інноваційного розвитку їх матеріально-технічної бази. Необхідна також і державна

підтримка виробництва сільськогосподарських виробників, про що свідчать дані табл. 4.7.

Таблиця 4.7

**Результати діяльності сільськогосподарських підприємств
Жовківського району Львівської області***

Показник	ТЗОВ “Агро Лан”		ФГ “Клен”	
	2008 р.	2009 р.	2008 р.	2009 р.
Площа сільськогосподарських угідь, га	1960	1910	2153	1373
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн	7190	7004	7826,3	8451,6
Капітальні інвестиції, всього тис. грн	1436	59	1452	521
Виручка від реалізації продукції, тис. грн	3876	5676	3672,0	3894,4
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	3869,0	5868,0	3105,8	5148,6
Одержано прибутку (збитку), тис. грн	7	-192	566,2	-1254,2
Рівень рентабельності (збитковості), %	0,2	-3,3	18,2	-24,4
Державна підтримка, тис. грн	282,6	23,4	403,2	1044
в т.ч. за рахунок ПДВ	-	-	-	358

* Джерело: розраховано автором на основі [261].

Наведені дані сільськогосподарської діяльності потужних підприємств Жовківського району, з погляду наявної матеріально-технічної бази, свідчать, що в товаристві з обмеженою відповідальністю “Агро Лан” у структурі основних фондів машини та обладнання і транспортні засоби складають 94,6 %, а у фермерському господарстві “Клен” – 41,2 %. Проте через недостатнє удобрення полів та відсутність сівозмін урожайність зернових та ріпаку, які є провідними видами виробництва в галузі рослинництва, є низькою і у 2009 р. становила у товаристві з обмеженою відповідальністю “Агро Лан” відповідно 17,9 та 10,9 ц/га, а у фермерському господарстві “Клен” – 18,6 та 4,9 ц/га.

У товаристві з обмеженою відповідальністю “Агро Лан” у 2009 р. грошові надходження хоча й зросли порівняно з 2008 р. на 1800 тис. грн, а у фермерському господарстві “Клен” відповідно на 222,4 тис. грн проте через низькі натуральні показники ефективності використання землі, високі ціни на енергоносії, сировину і матеріали промислового походження, а відтак високі виробничі витрати господарська діяльність обох сільськогосподарських підприємств була збитковою. За таких обставин вони не могли виділити необхідні кошти на придбання високопродуктивної

сільськогосподарської техніки, яка забезпечує впровадження у виробництво інноваційних технологій.

Практичний же досвід впровадження інноваційних технологій свідчить, що це є можливим у разі застосування широкозахватних універсальних машин та знарядь, які за один прохід виконують кілька операцій основної обробки ґрунту, сівбу, внесення мінеральних добрив та догляду за сільськогосподарськими культурами із застосуванням потужних тракторів, а це значить зменшення щільності виконуваного обсягу еталонних гектарів з розрахунку на один гектар посіву. Це дає змогу зменшити кількість використовуваних тракторів і сільськогосподарських машин і одночасно знизити ущільнення ґрунту під час його технологічному обробці і значно знизити експлуатаційні витрати на використання техніки. Наприклад, за звичайної технології на виробництві зернових, з використанням вітчизняної вузькоопераційної техніки, доводиться виконувати близько 10 – 12 га еталонної оранки на гектар посіву, тоді як при новітніх технологіях можна зменшити цей показник до 6 – 8 га. Внаслідок високої інтенсивності і надмірного використання сільськогосподарської техніки зростають експлуатаційні витрати. Якщо виходити з того, що на один гектар еталонної оранки витрачається 15 кг дизельного пального, то з розрахунку на один гектар посіву лише витрати на пальне, за умов ціни 2010 р., становитимуть близько 1040 грн. Розрахунки показують, що при ефективному використанні технологічних характеристик нових універсальних машин та їхніх можливостей, за умови оптимізації машинно-тракторного парку можна зменшити витрати на придбання технічних засобів на 15 – 20 % і одночасно знизити експлуатаційні витрати на їх використання до 10 – 15 %.

Інвестиційна та інноваційна діяльність аграрних підприємств на ринку сільськогосподарської продукції обмежується фінансовими результатами їхньої господарської діяльності. Якщо ТзОВ “Агро Лан” за умов продажу зерна з одного гектара навіть при високій реалізаційній ціні 2009 р. – 1200 грн/т може отримати грошові надходження з одного гектара лише в сумі 2280 грн, то лише на пальне використовується близько 50 % цієї суми. Через це виробництво продукції у сільськогосподарських товаровиробників збиткове. А щоб придбати навіть вітчизняний зернозбиральний комбайн КЗС-9-1 “Славутич” (ТОВ НВП “Херсонський машинобудівний завод”), необхідно викласти товаровиробнику 870 тис. грн, трактор ЮМЗ-8244.2 М (ДП ВО “Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова”) – 225 тис. грн, просту сівалку СЗ-6 (ТОВ “Укragenкомсільмаш” ВАТ

„Сімферопольський ремонтно-механічний завод”) – 167,7 тис. грн, культиватор ККП-6,0 (ВАТ “Галещина машзавод”) – 98,9 тис. грн [347].

Дуже високими є ціни на ефективну, високопродуктивну і досконалу техніку, яка забезпечує інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва. Наприклад, граничні ціни на окрему сільськогосподарську техніку і обладнання, які пропонуються аграрним товаровиробникам для впровадження ресурсощадних і екологічно безпечних технологій, у тому числі й зарубіжного виробництва, постачання яких здійснювалося у 2010 р., становили:

- сівалка марки “HORSH АГРО-СОЮЗ” АТД 18.35 (ТОВ ВП “Агро-Союз”) – 1795, 5 тис. грн.;
- культиватор марки “HORSH АГРО-СОЮЗ” FG 18.30 (ТОВ ВП “Агро-Союз”) – 688,6 тис. грн.;
- комбінований агрегат передпосівного обробітку ґрунту АПОГ - 8,3 (ТОВ ВП “Інтерагротек”) – 197,5 тис. грн.;
- агрегат посівний комбінований АПК-5,7 “Гарант” (ТОВ “Донецькспецагромаш” – 156,0 тис. грн.

З огляду на цінові тенденції, що склалися на внутрішньому і світовому ринках на техніку для сільськогосподарських товаровиробників, її здешевлення не відбудеться. На перспективу ціни, навпаки, будуть зростати і зниження капіталомісткості, в умовах використання багатоопераційної сільськогосподарської техніки, не очікується. Тому інноваційний розвиток матеріально-технічної бази сільськогосподарських товаровиробників можливий лише за вагової державної їх підтримки. Це може відбутися за рахунок регуляторного втручання держави в ціноутворення на сировину і матеріали промислового походження й сільськогосподарську продукцію на користь сільськогосподарських товаровиробників та надання їм суттєвої фінансової допомоги, тобто йдеться про стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва за допомогою дотацій. Тим більше, що підтримка державою сільськогосподарських товаровиробників повинна розглядатися у контексті підвищення ефективності їх виробництва і зміцнення фінансового стану підприємств.

Такий підхід має сприяти стабілізації процесу виробництва, зростанню обсягів продовольчих фондів держави, зниженню собівартості продукції, а відтак і підвищенню добробуту сімей виробників, як винагороді за ефективну підприємницьку діяльність, з одного боку, а з іншого – доступності населення для забезпечення потреб у продуктах харчування.

Розміри і напрями державної фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників мають визначатися на основі

законодавчого забезпечення із застосуванням цілеспрямованої цінової політики, впровадженням ефективної кредитної та стимулюючої системи відповідно до умов функціонування ринкової економіки.

Основними законодавчими актами України, що визначають сфери, рівень і надання дотацій сільськогосподарським виробникам, є Указ Президента України „Про підтримку сільськогосподарських виробників“ від 03 грудня 1998 р., Закон України „Про фіксований сільськогосподарський податок“ від 17 грудня 1998 р. та Закон України „Про державну підтримку сільського господарства України“ від 24 червня 2004 р. [349].

Метою прийнятих законодавчих актів є активізація протекціоністської політики уряду наданням державної фінансової дотації сільськогосподарським товаровиробникам, спрямованої на сприяння підвищення ефективності їх господарської діяльності та підтримку рівня платоспроможного попиту споживачів.

У минулому фінансова підтримка галузі рослинництва наданням дотацій під посіви зернових культур, розвиток садівництва і ягідництва та здешевлення мінеральних добрив певною мірою стимулювала розвиток зернової галузі (табл. 4.8). У 2004 – 2006 рр. посівні площі зернових та їх валовий збір у сільськогосподарських підприємствах Жовківського району зростали. Проте з 2009 р. державна допомога сільськогосподарським підприємствам під посіви зернових у вигляді дотацій не надавалася, у результаті чого їх посівна площа у 2009 р. зменшилася на 10024 гектари, або на 42,6 пункта порівняно з 2000 р.

Дані табл. 4.8 засвідчують, що державна підтримка аграрних виробників Жовківського району Львівської області за різними напрямками і програмами в галузі рослинництва протягом 2005 – 2010 рр. хоча була й нестабільною, обсяги грошових коштів, спрямованих на ці заходи, мали строкату тенденцію, проте все-таки вони виділялися і мали позитивний вплив на ефективність діяльності підприємств. Якщо у 2008 р. обсяги фінансування всіх програм із бюджетів різних рівнів зросли на 6518,7 тис. грн. порівняно з 2005 р., то у 2010 р. вони зменшилися порівняно з 2005 р. на 47 пунктів, а з 2008 р. – на 7858,3 тис. грн. З розрахунку на один гектар сільськогосподарських угідь обсяги фінансової підтримки у 2010 р. зменшилися порівняно з 2005 р. в 1,9 раза, а порівняно з 2008 р. – у 6,1 раза.

У рослинництві дотації спрямовувалися переважно на поліпшення селекційної роботи зернових і картоплі. Ці кошти виділялися з районного та обласного бюджетів і становили незначну суму. Так, у 2010 р. на поліпшення селекції зернових для сільськогосподарських підприємств

Жовківського району було виділено лише 66,4 тис. грн, або 8,7 грн з розрахунку на один гектар посіву.

Таблиця 4.8

**Державна підтримка сільськогосподарських виробників у
Жовківському районі Львівської області***

Показник	2005р.	2006р.	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2010р. до 2005р., %
Фінансова підтримка, всього, тис. грн	2878,6	3634,6	7984,0	9397,3	4213,9	1539,0	53,0
у т. ч. з місцевих бюджетів	597,6	299,8	442,3	846,2	690,0	931,0	155,8
Фінансова підтримка тваринництва, тис. грн	2239,4	2605,5	5358,1	5716,9	2268,6	126,0	5,6
з них: дотація на продаж високовагового молодняку	1576,2	1748,9	4337,4	4429,8	821,6	-	-
на утримання племінного поголів'я	663,2	856,6	1020,7	341,4	327,0	126,0	19,0
дотація на поголів'я м'ясних корів	-	-	-	945,7	1120,0	-	-
Фінансова підтримка рослинництва, тис. грн	173,4	299,0	317,4	1372,3	836,0	449,5	у 2,6 р.
з них: на посів зернових культур	173,4	299,0	143,3	892,4	-	-	-
на розвиток садівництва і ягідництва	-	-	-	479,9	836,0	449,5	-
на здешевлення мінеральних добрив	-	-	174,1	-	-	-	-
Фінансова підтримка з розрахунку на 1 га с.-г. угідь, грн	37,0	46,8	102,8	120,6	54,2	19,8	53,5

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Якщо врахувати, що витрати пального з розрахунку на виробництво зерна з одного гектара становлять близько 1250 грн за поточними цінами 2011 р., а мінімальні витрати на придбання мінеральних добрив 1800 грн, то зрозуміло, що дотації можна вважати такими, яких немає.

Незначною є й фінансова підтримка розвитку галузі тваринництва. Державна допомога сільськогосподарським виробникам у 2010 р. в галузі тваринництва зменшилася порівняно із 2005 р. у 17,8 раза. У 2010 р.

державні дотації в основному виділялися на продаж високовагового молодняка, на утримання племінного поголів'я та на поголів'я м'ясних корів.

У 2010 р. до Закону України „Про державну підтримку сільського господарства України“ були внесені численні поправки, але вони мали здебільшого рекомендаційний та застережний характер. Так, згідно з положеннями цього закону заходи на підтримку сільськогосподарських товаровиробників і ринку сільськогосподарської продукції зводилися в основному до застосування державних заставних цін на закупівлю зерна та проведення інтервенцій у певному порядку.

Відповідно до вимог положень вказаного закону Аграрний фонд виступає кредитором, надаючи бюджетну позику виробникам сільськогосподарської продукції і, таким чином, стає об'єктом державного цільового регулювання їх виробництва. Для регулювання рівномірного забезпечення пропозиції різними видами продукції в регіонах країни законом забороняються будь-які кількісні або якісні обмеження на переміщення сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки на всій території України. Аграрному фонду надаються повноваження здійснювати на організованому аграрному ринку на умовах споту або форварду з метою встановлення ціни рівноваги у розмірі, що не перевищує значення максимальної інтервенційної ціни, товарні інтервенції шляхом продажу окремих об'єктів державного цінового регулювання [206]. Але ці інтервенції здійснюються в певному порядку:

➤ якщо рівень ціни попиту на умовах споту або форварду на визначений об'єкт державного цінового регулювання протягом однієї торгової сесії не перевищує встановлений рівень максимальної інтервенційної ціни або перевищує такий рівень не більше ніж на 5 відсотків від нього, товарна інтервенція не здійснюється;

➤ якщо рівень ціни попиту на умовах споту або форварду на визначений об'єкт державного цінового регулювання протягом однієї торгової сесії перевищує встановлений рівень максимальної інтервенційної ціни від 5 до 20 відсотків її значення, то Аграрний фонд здійснює товарну інтервенцію в розмірах, достатніх для встановлення ціни рівноваги на рівні, який не перевищує значення максимальної інтервенційної ціни;

➤ якщо рівень ціни попиту на умовах споту або форварду на визначений об'єкт державного цінового регулювання протягом однієї торгової сесії перевищує рівень максимальної інтервенційної ціни більше ніж на 20 відсотків від її значення, то Аграрний фонд призупиняє торгівлю таким

товаром на поточній біржовій сесії та провадить консультації з учасниками біржового ринку;

➤ Аграрний фонд може у виняткових випадках здійснювати товарну інтервенцію, якщо протягом однієї торгової сесії виникає загроза встановлення ціни рівноваги на рівні, що перевищує розмір максимальної інтервенційної ціни, або коли Кабінет Міністрів України приймає постанову щодо продажу таких об'єктів державного цінового регулювання, не пов'язаного з державним ціновим регулюванням (у тому числі з державного резерву) [206].

Крім зазначених базових регуляторних дій держави, Кабінет Міністрів, з метою підтримки сільськогосподарського виробництва за окремими напрямками, своїми частковими постановами щорічно встановлює порядок використання підприємствами коштів, що передбачені у державному бюджеті. Зокрема, надаються кошти для розвитку тваринництва, виробництва продукції рослинництва, для часткової компенсації вартості мінеральних добрив вітчизняного виробництва, підтримки виробництва продукції рослинництва на зрошуваних землях, на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, для селекції в рослинництві, на виконання програм селекції у тваринництві та птахівництві у підприємствах агропромислового комплексу і науково-дослідних господарствах, для здійснення фінансової підтримки підприємствам агропромислового комплексу через механізм здешевлення короткострокових та середньострокових кредитів, на часткову компенсацію вартості складної сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва, на придбання вітчизняної техніки і обладнання для агропромислового комплексу на умовах фінансового лізингу та заходи з операцій фінансового лізингу, підтримки агропромисловим підприємствам, що перебувають в особливо складних кліматичних умовах тощо.

Зазначений формат напрямів державної підтримки є дуже різнобічний та багатоплановий. Це зумовлює розпорошеність коштів, які в розрізі програм і напрямів на місцевому рівні є незначними. Наприклад, протягом 2005-2010 рр. за окремими програмами й напрямками для підприємств Жовківського району суми були встановлені в межах 15,0- 25,0 тис. грн. Зрозуміло, що виділені кошти з бюджету розподілялися не серед усіх сільськогосподарських підприємств району, чим вони ставилися в нерівні умови господарювання. Тенденція підтримки за рахунок місцевого бюджету не має росту і є строкатою. На наш погляд, це значною мірою залежить від наповнення місцевого бюджету за роками. Наприклад, у 2007 р. видатки бюджету Жовківського району перевищували доходи на 8162,4 тис. грн.

У зв'язку з цим політика протекціонізму держави в ринкових умовах щодо сільськогосподарських товаровиробників, на нашу думку, повинна змінюватися в теоретичному і практичному аспектах, основним завданням якої має стати розробка нових методологічних принципів і підходів до цієї проблеми.

На нашу думку, варто відмовитися від спрямованості політики уряду на підвищення чи зниження внутрішніх цін на сільськогосподарську продукцію. В умовах диспаритету цін на засоби виробництва промислового походження, що використовуються сільськогосподарськими виробниками, встановленням закупівельних внутрішніх цін на будь-яку продукцію навіть на рівні, вищому за світові, не вдасться розв'язати проблему збитковості її виробництва через високу собівартість, що зумовлена високими цінами на засоби виробництва, пально-мастильні матеріали, електроенергію, мінеральні добрива, засоби захисту рослин, вартістю запасних частин тощо.

Нинішній рівень державної допомоги і різних виплат, встановлених законодавчо з розрахунку на один гектар посіву чи на одну голову худоби, далеко не відповідає тим витратам, які несуть сільськогосподарські товаровиробники. До того ж за період 2011-2013 рр. відбулися кардинальні зміни щодо обсягів коштів підтримки сільських товаровиробників та їх структури (табл. 4.9).

Наприклад, як свідчать дані табл., господарства Жовківського району Львівської області з районного місцевого бюджету перестали отримувати будь-яку допомогу. Перестали виділятися дотації на розвиток галузі рослинництва як із місцевого, так і обласного бюджету. У 2013 р. було лише часткове здешевлення витрат на штучне осіменіння у сумі 16,8 та спецдотація господарствам населення на утримання 4 і більше молочних корів у сумі 75,3 тис. грн. І лише протягом 2011-2013 рр. залишалася державна підтримка розвитку галузі тваринництва загалом, причому динаміка коштів мала позитивний ріст і у 2013 р. зросла на 363,6 тис. грн проти рівня 2011 р.

Зменшення дотацій негативно позначилося і на результатах господарської діяльності підприємств (табл. 4.10).

Як свідчать дані табл. 4.10, сільськогосподарські підприємства ТзОВ "Агро Лан" та ФГ "Клен", які у минулому мали позитивні результати господарської діяльності, за останні роки здали свої позиції. У зв'язку з відсутністю коштів на капітальні інвестиції знизилися обсяги вартості основних фондів в обох господарствах.

Так, у ТзОВ "Агро Лан" середньорічна вартість основних фондів у 2013 р. зменшилася на 218 тис грн, а у ФГ „Клен” відповідно на 2097 тис

грн порівняно із 2012 р. Зменшилася й виручка від реалізації продукції у ТзОВ “Агро Лан” у 2013 р. на 998 тис. грн, а у ФГ „Клен” відповідно на 1521,1 тис грн порівняно з 2012 р. Основною причиною зниження ефективності діяльності підприємств є зростання диспаритету цін на промислову і сільськогосподарську продукцію і відповідно відсутність державної підтримки.

Таблиця 4.9

**Державна підтримка сільськогосподарських виробників у
Жовківському районі Львівської області***

Показник	2011р.	2012р.	2013р.	2013р. до 2011р., %
Фінансова підтримка з районного бюджету, тис. грн				
Фінансова підтримка діяльності дорадчих служб	60,0	30,0	25,0	41,7
Фінансова підтримка селекції у рослинництві	210	58	-	-
Часткова компенсація витрат на реконструкцію тваринницьких приміщень	90	16,4	-	-
Фінансова підтримка створення сімейних ферм	70	-	-	-
Часткове здешевлення витрат на штучне осіменіння	23,3	-	-	-
Компенсація на придбання племінного ресурсу	130	-	-	-
Інша підтримка	40	0,6	-	-
Всього підтримки	623,3	105,0	25,0	4,0
Фінансова підтримка з обласного бюджету, тис. грн				
Часткова здешевлення витрат на штучне осіменіння	-	-	16,8	-
Спецдотація господарствам населення на утримання 4 і більше молочних корів	65,3	56,8	75,3	115,3
Фінансова підтримка з державного бюджету, тис. грн				
Підтримка галузі тваринництва	476,4	672,0	840,0	176,3

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Поділяємо думку окремих вчених, що має бути сформована дієва система цін на сільськогосподарську продукцію та цін на продукцію промислових підприємств, що постачають селу техніку, спрямована на здешевлення матеріально-технічних ресурсів для сільського господарства. Здійснення державою регуляторної політики на ціноутворення стало б дієвим механізмом у стриманні росту цін на всі види продуктів споживання

і за існуючого рівня заробітної плати, пенсій та стипендій поліпшило б платоспроможність населення.

Таблиця 4.10

**Результати діяльності сільськогосподарських підприємств
Жовківського району Львівської області**

Показник	ТзОВ “Агро Лан”		ФГ “Клен”	
	2012р.	2013р.	2012р.	2013р.
Площа сільськогосподарських угідь, га	387	242	769	42
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн	1481	1263	7418,8	5322,3
Капітальні інвестиції, всього тис. грн	-	-	-	-
Виручка від реалізації продукції, тис. грн	2313	1315	3185,4	1664,3
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн	2267,0	1375,0	4042,2	4045,3
Одержано прибутку (збитку), тис. грн	46,0	-60,0	-838,8	-2381,0
Рівень рентабельності (збитковості), %	2,0	-4,4	-20,8	-58,9
Державна підтримка, тис. грн.	-	-	-	-

* Джерело: розраховано автором на основі [261].

Проте якщо регуляторні методи ціноутворення застосовувати до продукції сільськогосподарських товаровиробників, то це слід робити і стосовно продукції промислових підприємств, що постачають селу засоби виробництва. Проте запровадження системи адміністративних та економічних важелів регулювання цін із використанням цінових або тарифних методів на користь підтримки сільськогосподарських виробників суперечить принципам розвитку ринкової економіки. Для неадекватної, збудженої і неконтрольованої ринкової системи господарювання України, що підвладна олігархічному впливу, застосування регуляторної політики на предмет ціноутворення здатне спричинити непередбачувані наслідки. Наприклад, втручання уряду щодо встановлення реальної ціни на гречану крупу у 2011 р. миттєво спровокувало проблему в діяльності борошномельних заводів.

Тому регулювання доходів сільськогосподарських товаровиробників створенням дієвого фонду державної підтримки цін на сільськогосподарську продукцію, як це пропонується окремими вченими [100, с. 14], або формуванням поодиноких програм і напрямів із надання дотацій, як це застосовується урядом України нині на практиці, не завжди є ефективним заходом.

Однією з особливостей сільськогосподарського виробництва є його залежність від природно-кліматичних умов, і ведення господарської діяльності галузі є ризикованим. Ще однією з особливостей є те, що тривалість виробничого циклу окремих видів продукції є значною, що зумовлює уповільнення обороту капіталу. У зв'язку з цим на перспективу держава передбачає здійснення низки заходів щодо підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Цільовою програмою розвитку українського села на період до 2015 року, що затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р. № 1158, передбачаються:

- запровадження системи дотування виробництва продукції з низьким рівнем рентабельності, насамперед продукції тваринництва;
- підтримка доходів сільськогосподарських виробників завдяки розвитку системи страхування;
- розроблення та прийняття Програми державної підтримки страхування в аграрному секторі;
- підвищення гарантій повернення кредитів завдяки створенню системи державної реєстрації нерухомості;
- удосконалення механізму державної підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення відсоткових ставок за користування кредитами;
- фінансова підтримка підприємств у придбанні матеріально-технічних ресурсів;
- фінансова підтримка виробництва продукції рослинництва і тваринництва;
- часткова компенсація витрат виробників сільськогосподарської продукції, пов'язаних зі сплатою внесків до фондів соціального і пенсійного страхування;
- часткові відшкодування збитків від стихійного лиха [57].

Підтримка державою сільськогосподарських товаровиробників із зазначених напрямів має на меті покращити виробничу та економічну діяльність підприємств, що сприятиме зміцненню їх фінансового стану і на цій основі забезпечити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку сільськогосподарської продукції.

У країнах Західної Європи застосовуються різні способи державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників. Найпоширенішим в економічно розвинених західноєвропейських країнах є надання державних дотацій з розрахунку на одиницю площі землі. Наприклад, у Польщі товаровиробникам держава надає дотацію на виробництво

сільськогосподарської продукції в сумі 500 євро з розрахунку на один гектар сільськогосподарських угідь. Це стабільні кошти, які включаються у доходи підприємств і таким чином, за рахунок них компенсується певна частина виробничих витрат на сільськогосподарську продукцію, яка є конкурентною як в Європі, так і на світовому ринку.

Серед науковців та практиків України теж побутує думка щодо запровадження зарубіжного досвіду з надання допомоги з розрахунку на один гектар землі вітчизняним сільськогосподарським товаровиробникам. Це була б гарантована певна сума, яка б знижувала ризики сільськогосподарського виробництва, певною мірою усувала б диспаритет цін на продукцію сільськогосподарських товаровиробників і промислових підприємств, що використовується ними, і була б складовою їхньої дохідності.

На жаль, застосування зарубіжного досвіду з надання державної допомоги сільськогосподарським товаровиробникам у формі дотацій на гектар землі, на нашу думку, є не зовсім прийнятним для умов України. Підвищення дохідності сільськогосподарських товаровиробників за такої форми допомоги є очевидним, але через споживацькі настрої багатьох з них вона буде неефективною. Український менталітет незвичний до суворого дотримання законності, відповідальності, порядності і призведе до того, що надані кошти з державного бюджету зможуть бути використані на інші цілі, навіть не пов'язані із сільськогосподарським виробництвом.

Про недосконалість цієї форми підтримки сільських товаровиробників з боку держави засвідчує нинішнє ставлення урядів країн Західної Європи до господарської діяльності суб'єктів аграрної сфери на майбутнє. Передбачається зменшення дотацій фермам до 2015 р. на молоко, а то й відміна їх.

На нашу думку, державна політика протекціонізму і регулятивних заходів щодо підтримки сільськогосподарських товаровиробників має бути спрямованою безпосередньо на підтримку обсягів виробництва. Її предметом має стати підвищення ефективності їх господарської діяльності. Цього можна досягти за допомогою запровадження щорічних державних програм визначення квот обсягів виробництва на певні види продукції й виділення на ці обсяги відповідних сум дотацій, розрахованих за запропонованою методикою.

Основоутворюючим підґрунтям дотації на одиницю продукції у вигляді доплат на кожний окремий вид продукції має стати вітчизняна галузева собівартість, раціональний рівень рентабельності виробника та європейський рівень цін на зазначений вид продукції. У такому разі

пропонується методологічний підхід визначення суми дотацій на одну тонну певного виду продукції на основі різниці між ціною виробництва підприємства, яка розраховується як сума середньої галузевої собівартості однієї тонни сільськогосподарської продукції та прибутку на одну тонну, що забезпечує раціональний рівень рентабельності аграрних підприємств в Україні, та середньою ціною на товарних біржах Європи на даний вид продукції за формулою:

$$\text{ЦД}_{/ц} = (\text{С}_{\text{галузева} / ц} + \text{П}_{р / ц}) - \text{Ц}_{\text{бірж}}, \quad (4.12)$$

де $\text{ЦД}_{/ц}$ – сума дотації на один центнер, грн;

$\text{С}_{\text{галузева} / ц}$ – середня галузева собівартість 1 ц сільськогосподарської продукції, грн;

$\text{П}_{р / ц}$ – прибуток 1 ц, грн;

$\text{Ц}_{\text{бірж}}$ – середня ціна на товарних біржах Європи, грн.

Таким чином, високі виробничі витрати сільськогосподарських підприємств унеможливають інвестування у високопродуктивну сільськогосподарську техніку й ведення їх виробництва на інноваційній основі. Вважаємо, що динаміка фінансування програм і напрямів підтримки сільськогосподарського виробництва є нестабільною та строкатою, що спричинено відсутністю обґрунтованої базової основи розрахунків надання дотацій. Без державної підтримки розвиток сільськогосподарських виробників на інноваційно-інвестиційній основі є не лише безперспективним, а й практично нереальним. Інституційна підтримка повинна розглядатися у контексті підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств, зміцнення їх фінансового стану, а відтак і стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва.

4.3 Формування підґрунтя ризиків та перспективи розвитку ринку сільськогосподарської продукції

На практиці в господарській діяльності підприємств, та й не лише, через об'єктивні й суб'єктивні причини, не вся інформація про стан та протікання економічних явищ і процесів є достатньо повною і достовірною.

З огляду на це, володіння якомога більш повною і точною інформацією про явища чи процеси або предмет, на який спрямована дія виробника, є важливою умовою прийняття раціональних рішень. Помилкове

рішення суб'єкта господарської діяльності, покупця, продавця і споживача стає підґрунтям для нераціонального використання, розподілу, значних втрат і витрат ресурсів та серйозною перешкодою ефективній його діяльності.

Суб'єктам господарської діяльності доводиться значну частину рішень приймати в умовах невизначеності, у зв'язку з чим досить часто в їх поведінці виникають стресові явища, в основі яких лежить системний характер причин об'єктивного і суб'єктивного походження. Об'єктивні виражають негативну дію неконтрольованих загроз і подій, а в основі суб'єктивних ґрунтоутворювальним є ігнорування об'єктивного підходу до реальності.

Невизначеність – це недостатня інформованість суб'єкта про вірогідність майбутніх подій, що зумовлює ризик, наслідком якого може стати недосягнення мети або втрата результату. Невизначеність – це ситуація, яка не завжди піддається оцінці й ускладнює альтернативний вибір варіантів поведінки учасників господарської діяльності, в умовах якої очікувана подія невідома, вона може розвиватися і наступити в будь-якій спосіб. Вона не дає достатньої можливості сповна передбачити вплив різних чинників на результати поведінки чи діяльність суб'єкта, а виступає лише як загроза.

Під невизначеністю слід розуміти неможливість оцінки майбутнього розвитку подій як з погляду ймовірності їх реалізації, так і з погляду масштабів і виду їхнього прояву [80, с. 53]. Це те, що не піддається оцінці, тому далі можна вести мову про неповну визначеність.

У форматі неповної визначеності умов та сутності явищ і процесів, що відбуваються, загроза стає повідомленням для суб'єкта про можливу втрату певної частини вигоди. Вона не відображає ризик суб'єкта у матеріально-речовому вигляді, а лише є інформацією про можливу невідповідність умов, перешкоди, завади та труднощі у досягненні мети суб'єктом, виступає як сигнал про небезпеку і аж ніяк не характеризує сутність і масштаби ризику у момент прийняття рішення суб'єктом. Практично загроза є спонукальним чинником до прийняття рішення або дії суб'єкта, тобто вона спричинює трансформацію особи у суб'єкт прийняття рішення, яке стане підставою для виникнення підприємницького ризику.

Неповна визначеність характеризується певною часткою вірогідності [27, с. 45]. Наслідком прийняття рішень в умовах неповної визначеності є загроза відхилення фактичних результатів від запланованих, тобто ризик.

Ризик проявить себе і стане відчутним для підприємства в критичний момент, в умовах якого відбудуться втрати суб'єктом ресурсів, понесення додаткових витрат або недоотримання доходів у результаті діяльності.

Ризик може також проявитися як наслідок необґрунтованого або помилкового прийнятого рішення чи дії.

Термін „ризик” в економічній літературі і досі не має єдиного визначення. Низка авторів під цим поняттям розуміють появу небезпеки або невпевненості в різних сферах господарської діяльності та суспільно-економічного буття [93; 238; 283].

Інші автори під цим поняттям розуміють об’єктивно-суб’єктивну категорію, пов’язану з подоланням невизначеності, випадковості, конфліктності в ситуації неминучого вибору, що відображає ступінь досягнення суб’єктом очікуваного результату [119, с. 457]. Запропоноване авторами визначення ґрунтується на системному підході до категорії економічного ризику і орієнтує на необхідність аналізу впливу на об’єкти керування множини внутрішніх і зовнішніх чинників.

Ризик – це небезпека чи можливість втрат під час настання деяких подій. Це обсяг можливого збитку, ризик втрати доходу [76, с. 61].

Ризик – це загроза втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення конкретних видів діяльності [248, с. 27].

Сутність ризику може ґрунтуватися на відсутності впевненості у досягненні мети або ймовірності досягнення бажаного результату. Ці суперечливі засади супроводжуються і двоякими наслідками – відхиленням від передбачуваної мети або матеріальними, моральними та іншими збитками, пов’язаними з обраною в умовах невизначеності альтернативою.

Діапазон ризиків в економічному житті суспільства досить різноманітний. Загальна класифікація ризиків, яка розглядається в економічній літературі, поділяє їх на внутрішні та зовнішні і подається за певними групами ознак, що зумовлені відповідними цілями залежно від об’єкта ризику. Поширеними з них є ризики, які класифікують за родом небезпеки залежно від сфери впливу або причини виникнення, за можливістю регулювання залежно від характеру прояву, тривалістю дії, джерелами виникнення тощо.

Основні положення класичної теорії ризику не враховують усіх аспектів сутності, природи виникнення і його впливу на ринку сільськогосподарської продукції, що звужує можливості суб’єкта щодо прийняття виваженого рішення. На нашу думку, справжнє сприйняття сутності ризику на ринку сільськогосподарської продукції, виявлення і формування його безпосереднього підґрунтя можливі лише за умов усебічного аналізу й достатнього врахування позитивних і негативних сторін цього явища на основі побудови й вивчення алгоритму (рис. 4.2).

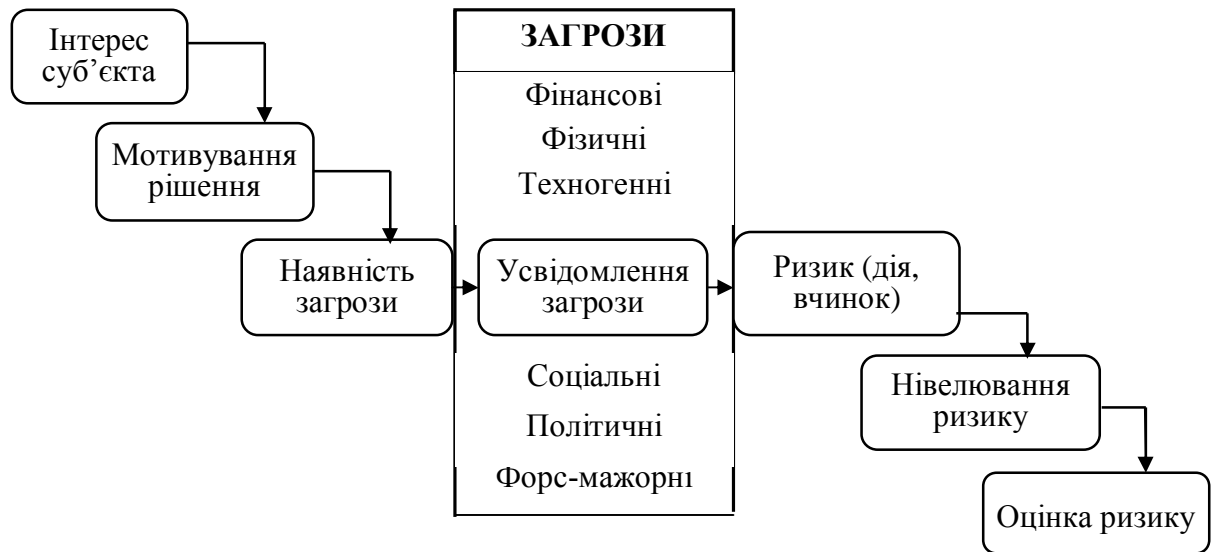


Рис. 4.2. Алгоритм ризику на ринку сільськогосподарської продукції у контексті можливих загроз.

Найважливішими елементами в алгоритмі, який стосується ринку сільськогосподарської продукції, є прагнення суб'єкта ринку до задоволення власного інтересу, який у свою чергу слугує рушійною силою соціально-економічного розвитку суспільства.

Інтерес є сутністю поведінки суб'єкта ринку сільськогосподарської продукції, що спонукає його до формування і прийняття рішення. У цих умовах відбувається суперечлива взаємодія між інтересом суб'єкта та наявністю економічної небезпеки, яка може набувати форми загрози. „Загроза – це небезпека на стадії переходу із можливості у дійсність” [301, с. 16]. Тобто загроза – це перетворення із потенційно можливих втрат, що є характерним для небезпеки, у реальну дійсність, за яких можливі економічні втрати для суб'єкта. На ринку сільськогосподарської продукції загрози за їх сутністю можна класифікувати на:

- економічні, які зумовлюють зниження економічної ефективності виробництва та використуваних ресурсів;
- соціально-психологічні, які спричиняють погіршення психологічного клімату в колективі;
- фізичні, які проявляються у формі завдання шкоди майну;
- екологічні, що свідчать про погіршення стану навколишнього середовища;

- правові, які можуть проявлятися у зміні форми власності організаційно-правової форми господарювання, як зміни договірних взаємовідносин;
- адміністративні, які спричинені діями керівництва державних органів;
- інформаційні, які проявляються у формі витоку конфіденційної інформації, розголошення науково-технічних секретів, ноу-хау та надходження неправдивої інформації.

За джерелами походження виділяють загрози природного та техногенного походження. Існують загрози з боку дії конкурентів; окремих працівників фірми; посадових осіб державних органів та загрози з боку постачальників та інших суб'єктів ринкового середовища.

Усвідомлення суб'єктами загроз та прагнення задовольнити інтерес спонукають економічних суб'єктів до певного аналізу ситуації, а наміри і бажання формують їх мотив до прийняття рішення стосовно наявних загроз і перешкод. Ліквідувати невизначеність повною мірою суб'єкти господарювання не завжди в змозі, але знизити рівень загрози вдається за умов виявлення джерел її та можливих наслідків. Економічну загрозу розглядають як потенційну можливість завдання шкоди суб'єктам господарюючої діяльності з боку окремих чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

З появою загрози повинні формуватися заходи протистоянням можливій небезпеці. У зв'язку з цим сутність категорії економічного ризику у сфері виробництва на ринку сільськогосподарської продукції доцільно розглядати з позиції його функціональних проявів, оскільки господарська відповідальність ставить перед суб'єктом завдання оволодіння ризиком та управління ним. Це націлює суб'єктів на всебічний та ґрунтовний аналіз наявності загроз, що може дати реальну їх оцінку і слугувати підставою для певних ризикованих дій.

Ризик є невід'ємним атрибутом ринкової економіки і виступає своєрідним зусиллям суб'єкта до дії, спрямованої на одержання вищого результату. У цьому проявляється його позитивна властивість. Тим більше, що за умов раціонального використання різних методів і засобів можна управляти ним і спрямувати на досягнення поставленої мети в економічному сенсі.

Переважає більшість суб'єктів у момент прийняття рішення вважає, що чим менші матеріально-речові та грошові витрати і масштабні втрати результату, тим вищий рівень очікуваного доходу. Проте, як правило, відхилення очікуваного доходу може мати як позитивний, так і негативний результат. У багатьох випадках ризик тісно пов'язують із поняттям збитку,

під яким розуміють реальні втрати, які відчутні і їх можна конкретно та абсолютно обчислити. Отже, ризиковане рішення може бути виправданим і навпаки. Виправданий ризик часто не має масштабного характеру загрози матеріальних втрат або загрози соціально-економічній безпеці і тому не завжди викликає занепокоєність суб'єкта, а сприймається як доцільне рішення, яке забезпечує отримання додаткового доходу і його можна розглядати як результат чинників, які супроводжують шлях до отримання корисного ефекту.

Отже, на нашу думку, доцільно вважати, що виправданий ризик, як ризик додаткових витрат, слід розглядати у форматі механізму, спрямованого на забезпечення ефективності прийнятого рішення суб'єктом. Наприклад, динамічне збільшення обсягів внесення мінеральних добрив на одиницю земельної площі під одну і ту ж культуру забезпечує зростання врожайності. Але віддача кожної наступної одиниці використовуваного ресурсу, незалежно від метеорологічних умов, зростає лише до певної межі. Наступне ж збільшення ресурсу, понад граничний рівень, не дасть аналогічного результату, і граничний продукт не буде мати того обсягу приросту, який одержало підприємство від додатково використаного ресурсу. У такому разі прийняте рішення про збільшення внесення добрив засвідчує про невиправданий захід. Очікуваний дохід пов'язаний з додатною корисністю для суб'єкта і його потрібно порівнювати з певним антиблагом у стані прийняття ризикованого рішення. Невиправданим, наприклад, може бути й ризик вкладення інвестицій у льонарську галузь в умовах відсутності текстильної промисловості в регіоні.

Або, наприклад, поверхнєве внесення суперфосфату перед опадами чи під час них, спричинює утворення і випад в осад нерозчинної і непридатної до засвоєння сільськогосподарськими культурами речовини. За таких умов внесення добрив не лише не забезпечить зростання урожаю, а й спричинить втрату ресурсів, що стане антиблагом і засвідчить невиправданий ризик. Отже, обсяги сподіваного доходу істотно знижуються в результаті невиправданого ризику, що знижує ефективність виробництва.

Між рівнем ефективності діяльності суб'єкта та пов'язаним із нею ризиком існує пряма функціональна залежність. Вища ефективність явно зумовлюється вищим рівнем ризику. Суб'єкти, які зацікавлені і намагаються досягти кращого результату, як правило, є здатні до прийняття рішень в умовах вищого рівня ризику. І навпаки, ті суб'єкти, що більше цінують безпеку, аніж ефективність, вибирають і приймають рішення, що характеризуються нижчим рівнем ризику. Проте зазначені альтернативи не є підставою правильності і об'єктивності прийнятого ризику. Прийняті

рішення мають бути виваженими і обґрунтованими. Формування відповідного підходу і об'єктивна оцінка загроз, ризиків і одержаних результатів мають базуватися на всебічному дослідженні чинників ризику на ринку сільськогосподарської продукції. У цьому напрямі доцільно залучити розробки вчених, і особливо стосовно економічних ризиків.

У публікаціях науковців і дослідників поки що немає єдино прийнятної методики класифікації ризиків. Ризики загалом класифікують за родом небезпеки; характером діяльності; об'єктами спрямованості; характером обліку; періодом тривалості та характером наслідку. Ризики можуть бути зовнішні і внутрішні, чисті та спекулятивні.

Ризики в аграрній сфері, які притаманні сільськогосподарським підприємствам у їхній діяльності, можна умовно поділити на такі чотири основні групи:

- економічні ризики, яким властиві зменшення обсягів виробництва продукції, диспаритет цін на продукцію промисловості та сільського господарства, непередбачувана державна цінова політика;
- організаційні ризики, які охоплюють необґрунтовану організаційно-правову форму господарювання, відсутність культури підприємництва;
- технологічні ризики, яким притаманні порушення агрозоотехнічних вимог, ненадійність техніки, збої та відмова обладнання;
- соціальні ризики – неефективність державного регулювання, недосконалість правової бази, недобросовісність і ненадійність партнерів, наявність низької кваліфікацію виробничого персоналу.

На рівні ринку сільськогосподарської продукції залежно від сфери прояву найчастіше проявляється ризик та його наслідки природного, виробничого, комерційного і транспортного характеру. Ризик зустрічається на рівні функціонування підприємств і його можна охарактеризувати як підприємницький. Найчастіше він може розкриватися у сфері виробництва як небезпека потенційної можливості втрати ресурсів чи нераціонального їх використання, а також відхилення від мети може бути зумовлено проявом стихійних сил природи або форс-мажорними обставинами.

У кожному із зазначених випадків частину одержаного доходу від підприємницького ризику можна сприйняти як плату за дію і це заохочує підприємців ризикувати та реалізувати інноваційні проекти, які можуть забезпечити одержання вищих доходів, що є важливим чинником забезпечення їх фінансово-господарської стабільності. І навпаки, для сільськогосподарських виробників за певних причин і під впливом непередбачуваних чинників позитивна мета може бути недосягнутою.

Виробництво продукції у сільському господарстві, як у ніякій іншій галузі національної економіки, є ризикованим. Це галузь економіки, якій властива виробнича діяльність з вирощування або вироблення сільськогосподарської продукції, що потребує подальшої переробки і реалізації споживачам. З одного боку, ці процеси піддаються активному впливу природних чинників і товаровиробник може зазнати збитків внаслідок природних катаклізмів, а з іншого – внаслідок помилкових дій суб'єкта господарювання в процесі виробництва та реалізації продукції виникають загрози організаційного і технологічного характеру, які зумовлюють ризик.

Наявність загроз в аграрному виробництві зумовлена особливістю галузі сільського господарства. Сільськогосподарське виробництво докорінно відрізняється від інших галузей національної економіки структурою виробництва, технологією та способом ведення господарської діяльності. Якщо у більшості галузей промисловості кількісний і якісний результат продукту залежать від рівня технологізації, забезпеченості ресурсами і професійності, кваліфікації та діяльності людського чинника, то кінцевий результат сільськогосподарського виробництва в багатьох випадках зумовлюється й іншими чинниками.

Важливу роль відіграє природний чинник, у форматі якого людина пристосовує засоби і предмети праці для виробництва сільськогосподарської продукції. Роль праці та її засобів полягає в тому, що вони відіграють і регулюють біологічний процес, надають йому суспільного змісту, внаслідок чого й виникає сільськогосподарський продукт.

Земля є своєрідною сполучною тканиною між живою та неживою природою, між працею як ініціатором і регулятором біологічних процесів та матеріальними наслідками цих процесів. Земля не умова виробництва, а його елемент, який визначає діяльність та ефективність впливу інших чинників.

За сучасної структури виробництва спостерігаються перекоси у виробництві одних продуктів і занепад інших, тому питання збереження та стабілізації пропорційності у розвитку галузей є проблемою виняткової гостроти й актуальності. Тим більше, що ґрунтово-кліматичні умови України в цілому і в розрізі окремих регіонів сприятливі для успішного вирощування великої кількості сільськогосподарських культур. Достатня кількість опадів, тепла та родючість ґрунту формують базис для одержання високих врожаїв і забезпечення необхідних обсягів різних видів відповідно до потреб ринку сільськогосподарської продукції.

На основі цього підґрунтям результату сільськогосподарського виробництва може бути як мінімум, так і максимум екологічного впливу, що визначає його діапазон. Наприклад, надлишок води може спричинити надзвичайні збитки, і, водночас, в оптимальній кількості водні ресурси можуть забезпечити високий економічний ефект. З іншого боку, внесення кількості добрив під сільськогосподарську культуру до оптимального рівня забезпечує зростання їх граничної віддачі, що сприяє збільшенню корисного ефекту, а надлишок – відносно зменшення його віддачі.

Однак в аграрному секторі економіки розглядати ризики лише на рівні виробника є недостатнім. Втрата результату від господарської діяльності може відбуватися на будь-якій стадії товароруху, оскільки значна частина сільськогосподарської продукції надходить у споживання людей лише після її переробки. І ризики можуть проявлятися на всьому шляху просування продукції від виробника до споживача, у так званому життєвому циклі товару, в якому беруть участь різні суб'єкти господарювання.

На шляху товароруху в аграрному секторі вибудовані стадії інтегрованого ланцюга “виробництво – зберігання – переробка – реалізація”, в умовах яких здійснюються організаційно-виробничі інтегровані зв'язки економічного, соціального, організаційного і технологічного характеру. Отже, усі можливі й очікувані результати перебувають у прямій залежності від співвідношення та взаємодії складових єдиного виробничого циклу.

Господарський ризик, зумовлений діяльністю будь-якого суб'єкта цього ланцюга, зорієнтований, як правило, на одержання максимального ефекту. Тому його доцільно розглядати не лише у вузькокатегоріальному змісті, а й як ризик, пов'язаний із кінцевим фінансовим результатом підприємницької діяльності на будь-якому рівні.

У більш повному обсязі господарський ризик проявляє свої ознаки на ринку сільськогосподарської продукції, де він пов'язаний не лише з виготовленням та асортиментом вироблюваної продукції, а й з процесами зберігання, переробки, комерційною діяльністю та постачанням до кінцевого споживача продукту, які характеризують ринок сільськогосподарської продукції.

Досвід економічно розвинутих країн засвідчує, що мотиваційний чинник кожного з учасників спрямований не на проміжний, а на кінцевий результат та на досягнення синергетичного ефекту у виробничому циклі, який базується на використанні всього виробничо-економічного потенціалу інтегрованої структури в цілому. За таких умов кожна ланка є проміжною, бо кінцевий результат визначається продажем завершеного готового до споживання продукту. На противагу цьому, у практичній діяльності

вітчизняних суб'єктів господарювання, які будують свої відносини на основі міжгалузевих договорів, для кожної ланки притаманним є формування функціонального ефекту за рахунок використання власного ресурсу і власних функціональних можливостей. І, хоча між окремими складовими також будуються відносини за принципом зворотного зв'язку, в абсолютній більшості випадків партнери функціонують відокремлено у визначеному форматі власної діяльності. Так, наприклад, на комерційному рівні кожен із суб'єктів самостійно організовує функціонування торгових місць, забезпечує рекламу, встановлює ціну, здійснює моніторинг продажу товарів тощо. Аналогічно діють і переробні підприємства, які ще й намагаються зберегти монопольне становище. У зв'язку з цим для глибшого розуміння виникнення загроз та підґрунтя ризиків на шляху руху товару на ринку сільськогосподарської продукції доцільно розглянути чинники, які зумовлюють загрози, та рівень ризиків у розрізі окремих сегментів.

На нашу думку, розгляд ринку сільськогосподарської продукції з позиції лише обсягів виробництва та споживання, його структури та місткості в розрізі окремих регіонів та окремих видів продукції не відобразатиме достатньою мірою процес відтворення в аграрному виробництві як рух і поєднання інтересів різних учасників з однією метою. Тим більше, що підхід до розгляду стану ринку сільськогосподарської продукції в цілому не відображає причин погіршення кон'юнктури, певних перекосів, а відтак і зміни видів діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

У зв'язку з цим виокремлення із загального простору ринку сільськогосподарської продукції чотирьох основних сегментів є необхідним методичним підходом для виявлення загроз і можливого рівня ризиків суб'єктів на поодиноких процесах чи стадіях у споріднених умовах їх діяльності для оцінювання ступеня ризику на кожному з них зокрема і загалом. Це дасть змогу не лише виявити загрози та ризиковані ситуації на рівні окремих сегментів ринку сільськогосподарської продукції, а й виявити їх частку ризику на рівні суспільства.

Ризик на рівні окремих сегментів ринку сільськогосподарської продукції призводить до усвідомленого прийняття рішення і подальших дій суб'єкта за ситуації, в умовах якої, з певних причин, може відбутися загроза недосягнення мети і, відповідно, втрати очікуваного результату.

На нашу думку, загальний ризик на ринку сільськогосподарської продукції слід розглядати як сукупність ризиків, що формуються і відбуваються окремо в різних сегментах. Тобто на рівні суспільства ризик

може бути представлений як інтегральний результат суми складових ризиків окремих сегментів:

$$\sum P = P_v + P_n + P_p + P_c, \quad (4.13)$$

де P_v – ризик виробників;

P_n – ризик продукту, асортименту, транспортування та зберігання;

P_p – ризик реалізації;

P_c – ризик для споживачів отримати неякісний продукт.

Одним із вразливих моментів на ринку сільськогосподарської продукції, де абсолютно неможливо передбачити всі агенти ризикової події, а відтак і загрози, які можуть спричинити усякий ступінь небезпечної діяльності для суб'єкта, є сегмент виробництва, пов'язаний із створенням продукції, товарів та послуг. Загрози виробнику можуть проявлятися в порушенні технології в пору несприятливих кліматичних умов, нестачі ресурсів тощо. У зв'язку з характером незворотності прояву і впливу, їх можна вважати ґрунтоутворювальними агентами невизначеності, тобто пов'язаними з відсутністю повного знання про результати та умови рішень. Таке припущення базується на тому, що поняття „ґрунт”, яке походить від німецького „*grund*” – основа, у переносному значенні є „основа чогонебудь, вихідний матеріал для створення, виникнення чогось” [277, с. 185].

Загроза, як правило, лежить на поверхні, тоді як результат – усередині і оцінку ризику можна дати лише після завершення процесу виробництва. Рішення, яке було прийняте, може бути виправданим лише в разі позитивного результату.

Сегмент виробництва об'єднує всіх продуцентів різних організаційно-правових форм та господарства населення незалежно від масштабів господарювання (рис. 4.3).



Рис. 4.3. Варіативна модель ризиків на ринку сільськогосподарської продукції.

Організаційно-технічні умови функціонування товаровиробників, до яких належать розміри та види земельних угідь, ресурсне забезпечення в масштабах і часі, рівні технічного забезпечення та кваліфікації кадрів, форма організації праці, її оплати, стан дорожньої мережі, передбачувані меліоративні заходи, строки проведення польових робіт тощо, не завжди призводять до спонтанного виникнення загроз для господарської діяльності продуцентів і на ці чинники можна вплинути організаційними, економічними, соціальними та правовими засобами.

Проте збільшення ймовірності загроз у процесі виробництва сільськогосподарської продукції внаслідок удосконалення технології і техніки за недостатнього за ними контролю, посилення антропогенного впливу, характеру природних умов, кількості та характеру атмосферних опадів у часі потребують аналізу загроз виникнення і масштабів вияву в кожній конкретній ситуації для управління ризиком та розроблення стратегії і тактики, спрямованих на його зменшення. Управління ризиком має базуватися на економічному і техніко-економічному аналізі умов, ситуацій та правовому підґрунті з урахуванням моделі та алгоритму (див. рис. 4.2 та 4.3).

Питання ризику невіддільне від дії господарського механізму, спрямованого на усунення різних впливів на діяльність аграрних підприємств в умовах господарського середовища, в якому ризик виявляється і яке перешкоджає його проникненню у діяльність аграрних товаровиробників. Використовуваний господарський механізм має забезпечити проходження технологічних процесів у такому форматі, який би не лише виправдовував ризик, а й формував сприятливі умови і стимулював функціональну дію сільськогосподарських підприємств на ґрунті обрання лише одного результативного і правдивого рішення з великої їх кількості.

З огляду на наявну кількість можливих наслідків від потенційно допустимих прийнятих рішень, їх якісні вираження також можуть бути досить значними, оскільки інформаційним підґрунтям можуть бути такі джерела, які є випадковими і які можна розглядати в стохастичному трактуванні як систему. Тоді ймовірний характер впливу основних

збудників загроз та одержані наслідки і значні відхилення господарських результатів від їх дії можна описати лише з певною вірогідністю. Ретельні розрахунки, пов'язані з прийняттям рішень на рівні будь-якого сегмента, можуть сприяти у визначенні абсолютного рівня ризику і потребують їх проведення.

За умов факту відносних величин рівня окремих очікуваних ризиків можна виявити потенційні кількісні наслідки негативної їх дії. Загальний абсолютний масштаб ризику є середньозваженим з усіх можливих результатів, де ймовірність кожного з них виступає як частка відповідного значення в кожному конкретному сегменті і характеризується математичним сподіванням.

На діапазон кількісного вираження ризику в сегменті виробництва на ринку сільськогосподарської продукції, як правило, впливає ймовірність збігу комплексу несприятливих або сприятливих обставин, що визначають абсолютні розміри збитку або прибутку. Проте, розраховуючи рівень ризику, недоцільно одночасно орієнтуватися і на одержання додаткового позитивного результату, оскільки сприятливі умови та обставини, що можуть його забезпечити, автоматично не відбудуться. За таких умов розрахунок рівня втрат чи прибутку слід будувати, використовуючи відносні величини рівнів ризиків за можливих видів загроз (табл. 4.11).

Таблиця 4.11

**Основні загрози та рівень можливих ризиків на ринку
сільськогосподарської продукції. Сегмент виробництва**

Сегмент ринку	Види загроз		Рівень ризику, %
Виробництва	суб'єктивні	втрата матеріальних ресурсів;	8 – 15
		неякісні ресурси;	5 – 8
		недосконалість структури виробництва;	10 – 12
		порушення агрозоотехнічних вимог;	12 – 15
		неповнота і недостовірність інформації;	3 – 5
		недосконалість законодавчої бази;	2 – 3
		неправомірні дії бюджетних установ;	3 – 5
		непрозорі дії економічних контрагентів;	2 – 3
		відсутність інноваційних впроваджень;	5 – 8
	низький рівень виробничих потужностей	8 – 10	
об'єктивні	несприятливі природно-кліматичні умови;	15 – 26	
	форс-мажорні обставини;	8 – 10	
	диспаритет цін на продукцію сільських виробників і промислових підприємств	10 – 12	

В умовах здійснення процесу сільськогосподарського виробництва виникають різні за формою і масштабами прояву чинники загроз, що можуть спричинити зниження ефективності господарської діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Найвагомими серед них є: втрати матеріальних ресурсів; неякісні ресурси; недосконалість структури виробництва; порушення агрозоотехнічних вимог; диспаритет цін; надмірність опадів; недостатня кількість вологи. Виходячи з наближених відносних часткових коефіцієнтів кожного окремого чинника ризику, можна визначити загальний його рівень у сегменті виробника на ринку сільськогосподарської продукції.

Значній загрозі, що супроводжується відповідним економічним ризиком, піддаються сільськогосподарські товаровиробники з низьким і незбалансованим рівнем формування трудового і матеріально-технічного потенціалів. Низький рівень кваліфікації працівників, як вектор вхідних величин при використанні земельного і матеріально-технічного потенціалу, знижує віддачу і продуктивність цих факторів виробництва. Проте підвищення врожайності та збільшення обсягів продукції виробниками на основі впровадження інтенсивних технологій та застосування нової техніки може піддаватися ризику, якщо процес приросту капіталу і праці в обробітку землі не збігся з прогнозованим удосконаленням агротехніки.

Великою загрозою, що зумовлює ризик в аграрному виробництві, є непаритетна цінова рівновага на його і продукцію промислових підприємств, що використовується в сільському господарстві.

Нееквівалентність цін впродовж років незалежності України, а інколи й раптове їх зростання на промислову продукцію є основною причиною слабого економічного розвитку галузі. І нині спостерігається нестабільність та перекося цін не на користь сільськогосподарських товаровиробників, що змушує їх приймати ризиковані рішення.

Аналіз даних виробництва продукції в Україні за 1990-2012 рр. показав, що необґрунтованість і недосконалість структури виробництва продукції аграрного сектору економіки спричинила значні його втрати. За розрахунками, проведеними з використанням поточних ринкових цін, сільськогосподарські виробники України втратили лише на виробництві зернових і цукрових буряків у 2012 р. близько 26 млрд грн порівняно з 1990 р., що склало близько 10 % виробництва валової продукції.

Однією з важливих умов формування ефективної структури виробництва аграрного сектору економіки є раціональна пропорційність між основними галузевими утвореннями „рослинництво” і „тваринництво” та їх

оптимізація на рівні кожного господарюючого суб'єкта. Як показали дослідження, нині співвідношення між галузями рослинництва і тваринництва в Україні перебуває на рівні 64 : 36 %, тоді як у 1990 р. воно становило відповідно 52 : 48 %.

Окремі загрози, а відтак і ризики, можна мінімізувати або зовсім усунути за рахунок впливу людського чинника прийняттям рішення щодо раціонального й оптимального використання ресурсів, проведення певних агрозоотехнічних заходів тощо. Наприклад, зменшення загрози від низького рівня природної родючості ґрунту можна досягти за рахунок внесення раціональної кількості органічних і мінеральних добрив, вапнування або гіпсування ґрунтів, використання інтенсивних технологій тощо.

Окремі ж чинники, особливо природного характеру, цим способом нівелювати практично неможливо. До таких загроз належать вимерзання посівів, вимокання, ураганні зливи, посухи, хвороби тощо. Це зумовлено тим, що кількість опадів, температурний режим, природна якість та структура ґрунту, природні катаклізми залежать від природно-кліматичних умов і можуть враховуватися на рівні окремих локальних регіонів одної природно-кліматичної зони як такі, дія яких має об'єктивний характер. Ці загрози, як правило, не піддаються регулюванню, є немінучими і в разі прийняття конкретного господарського рішення суб'єкт господарської діяльності може лише врахувати їх вплив й мінімізувати втрати за допомогою страхування сільськогосподарської продукції.

Аналіз динаміки абсолютних та відносних коефіцієнтів варіації врожайності сільськогосподарських культур та проведені соціологічні дослідження засвідчують, що загальний і залишковий їх показники є в межах: зернових – 18÷18,5 %; цукрових буряків – 15÷18 %; картоплі – 25÷26 % і овочів – 14÷19 %, які провокують рівень ризику в діапазоні $\sigma = 15 \div 26$ % (σ – середньоквадратичне відхилення).

Нинішні крупні організаційно-правові структури, такі як агрохолдинги, спрямовуючи зусилля на виробництво високодохідної продукції рослинництва, зокрема зерна, ріпаку та соняшнику, завдають значної шкоди земельним ресурсам. Насичення посівів однотипними культурами супроводжується значним зниженням родючості ґрунтів, недотриманням вимог сівозміни, погіршенням структури посівних площ, неефективним використанням природних сінокосів, пасовищ тощо, що зумовлює появу шкідників і хвороб сільськогосподарських культур, чим спричинює екологічну небезпеку для сільськогосподарського виробництва, тобто екологічний ризик для всього суспільства. У зв'язку з цим

господарюючі суб'єкти повинні за рахунок організаційних, комерційних і технологічних заходів спрямовувати свою діяльність на часткове зменшення впливу певних загроз у межах визначеного сегмента ринку сільськогосподарської продукції.

На шляху продовження руху продукції від виробника до споживача на ринку сільськогосподарської продукції виникають загрози й відповідні ризики, що тісно пов'язані із сегментом виробництва, і на рівні сегменту продукту (табл. 4.12).

Таблиця 4.12

Основні загрози та рівень можливих ризиків на ринку сільськогосподарської продукції. Сегмент продукту

Сегмент ринку	Види загроз		Рівень ризику, %
Продукту	суб'єктивні	невідповідність асортименту кон'юнктури;	3 – 5
		зниження якості;	10 – 12
		порушення умов зберігання;	5 – 8
		висока конкуренція;	2 – 4
		відсутність державних субсидій та дотацій;	4 – 5
		недосконалість транспортної логістики	3 – 5

Як показали соціологічні дослідження, інтегральний показник зниження якості м'ясо-молочної продукції, який охоплює близько 10 відносних одиничних показників, зумовлює ризик у межах $\sigma = 10 \div 12$ %.

Диспропорція між окремими галузями сільськогосподарського виробництва розвивалася під впливом попиту і пропозиції, у результаті чого виробництво зернових зросло майже на 20 %, а частка валової продукції тваринництва у структурі загального виробництва сільськогосподарської продукції зменшилася на 12,4 пункта. Це зумовило те, що ціна на продукцію тваринництва зросла. Водночас цінова політика країни прогнозувалася недостатньо і ціни на ринку зерна формувалися переважно під впливом бізнесової діяльності посередницьких структур, де не враховувалися реальні виробничі затрати. Це зумовило нестабільність виробництва й унеможливило одержання відповідних доходів товаровиробниками.

Від рівня розвитку транспортного забезпечення значною мірою залежить рівень ризику втрат продукції сільського господарства під час вивезення з поля до місць збереження, споживача та підприємств для подальшої переробки. Останніми роками ресурс міцності дорожньої мережі, як і транспортної, значно вичерпався. Низька якість автомобільних шляхів, застарілий рухомий склад ускладнюють і посилюють актуальність загроз під

час транспортування сільськогосподарської продукції. За результатами соціологічного опитування, за таких умов втрати продукції сільськогосподарськими виробниками під час транспортування сягають понад 5 % від обсягів її виробництва, що посилює відповідний господарський ризик.

Таблиця 4.13

Основні загрози та рівень можливих ризиків на ринку сільськогосподарської продукції. Сегмент реалізації

Сегмент ринку	Види загроз		Рівень ризику, %
Реалізації	суб'єктивні	моно пріоритетність товарів;	2 – 4
		відсутність, недоступність, недостовірність інформації та рекламної мережі;	0,5 – 1
низький рівень маркетингової діяльності;		4 – 5	
нерациональні строки реалізації;		2 – 4	
відмова покупця від продукції;		0,2 – 0,5	
об'єктивні	низька платоспроможність населення;	6 – 8	
	правові колізії;	3 – 5	
	місце розташування об'єкта діяльності;	1 – 2	
	імпортне насичення продуктами;	4 – 6	
	недорозвиненість ринкової інфраструктури	5 – 6	

Ринок сільськогосподарської продукції в Україні характеризується недостатнім рівнем розвитку інфраструктури. Це змушує сільських виробників зберігати вироблену ними продукцію рослинництва безпосередньо в господарствах. У багатьох із них відсутні спеціально обладнані складські приміщення, елеватори, овочеховища, холодильні камери тощо, а наявні приміщення не пристосовані до ефективної експлуатації, тобто не відповідають технічним умовам за температурним режимом та способом розфасування продукції, що зумовлює загрозу її втрат. Особливо високому ризику піддається під час зберігання овочева продукція та картопля в буртах. Як показує досвід, рівень їх втрат за таких умов складає близько до 20 %.

На ринку сільськогосподарської продукції можливе застосування низки інших засобів, які б сприяли менш ризикованому веденню бізнесу. Причому окремі з них можуть зменшити вплив одного ризику, а інші мінімізувати цілу їх гаму. Важливим заходом, спрямованим на мінімізацію втрат, є диверсифікація господарської діяльності, в умовах якої можна розвивати багатопрфільні напрями і в разі падіння цін, наприклад на види

продукції рослинництва, можна доходи компенсувати за рахунок продукції галузі тваринництва.

Ризики товаровиробників часто зумовлені недостовірністю, несвоєчасністю і неповнотою інформації про стан внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції. Часто інформація через суттєве запізнення в часі не може бути використана товаровиробниками в їх оперативній діяльності. Запізнілі інформаційні потоки про стан пропозиції та зміну кон'юнктури на внутрішньому і світовому ринку не впливають де-юре на стан виробництва і зумовлюють ризик сільськогосподарських товаровиробників у процесі реалізації й експорту.

Чимало товаровиробників ставлять за мету у своїй діяльності лише одержання прибутку, тоді як чинне законодавство країни орієнтує їх на досягнення економічних і соціальних результатів. Країна, використовуючи систему форм, способів і засобів, здійснює підтримку сільських товаровиробників за допомогою дотацій, субсидій, прямих інвестицій тощо. Структура сукупної підтримки змінюється відповідно до економічної ситуації в країні. У кризовий період зростає частка програм виробничого характеру, а у стабільні періоди надається перевага невиробничим програмам. Брак інформації, незнання законів або їх своєрідне тлумачення аграрними товаровиробниками та протиставлення власних інтересів державним зумовлюють ризикові втрати, які сягають близько 5 % від виділених коштів. Ймовірним є також виникнення ризику юридичної відповідальності, пов'язане з порушеннями чинного законодавства.

Таблиця 4.14

Основні загрози та рівень можливих ризиків на ринку сільськогосподарської продукції. Сегмент споживачів

Сегмент ринку	Види загроз		Рівень ризику, %
Споживачів	суб'єктивні	невідповідність якості продукції стандарту;	8 – 10
		час і період придбання;	4 – 5
непорядність продавця;		3 – 5	
невідповідність асортименту уподобанням;		8 – 10	
шокові цінові коливання;		25 – 30	
платоспроможність покупців;		8 – 10	
недорозвиненість інфраструктури ринку		4 – 5	
Споживачів	об'єктивні	сезонність виробництва;	2 – 3
		монополізація ринку;	5 – 8
		конкуренція споживачів;	0,5 – 1
		зростання попиту в разі зниження урожайності	8 – 10

Ринок сільськогосподарської продукції характеризується ціновою нестабільністю, яку врахувати споживачам досить важко. Як свідчить практика останніх років, відбувалось шокове неконтрольоване зростання цін на гречку, цукор, окремі види овочевої продукції. На нашу думку, цінова ситуація, що вийшла з-під контролю, не спровокована нестачею запасів, а має неприродний характер.

Ймовірними причинами, що її зумовили, швидше за все могли стати змови трейдерів, панічні настрої споживачів через коливання обсягів запасів на рівні регіонів або вплив тенденцій світового ринку. У зв'язку з цим була порушена структура витрат покупців. У багатьох споживачів виникла загроза зменшення коштів на нагромадження, оскільки зросла частка їх витрат на продукти харчування.

Характерною для сільськогосподарського виробництва є взаємозумовленість між ціновими і виробничими ризиками. Коливання обсягів виробництва продукції зумовлюють значні варіації цін та обсягів реалізації і викликають появу комерційного ризику. Ціни реалізації на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції, як правило, перебувають в оберненій залежності до обсягів виробництва. Це означає, що низька врожайність зумовлює підвищення ціни на певний продукт і в такий спосіб провокує ризик споживача. У разі спаду обсягу збуту продукції з'являється ризик недоодержання прибутку виробниками та збільшення витрат споживачів. Найбільш ризикованою підгалуззю для сільськогосподарських виробників є овочівництво. Коефіцієнти варіації цін одиниці її продукції, як показали соціологічні дослідження, є наближеними до 25÷30 % при коефіцієнті варіації зменшення обсягів реалізації – 14÷16 % і провокують рівень ризику споживачів зростанням цін до 25÷30 %.

Наявність та рівень конкуренції безпосередньо впливають на попит споживачів. Тут можливі одновекторні стратегії як зміни асортименту, так і обсягів пропозиції продукції. Умови високого рівня досконалої конкуренції стимулюють виробників даного регіону до пошуку інших місць реалізації продукції з більш високим рівнем попиту на неї або спонукають до жорсткої конкурентної боротьби на ринку сільськогосподарської продукції.

Якість, як сукупність властивостей продукції, що повинні задовольнити потреби споживачів, включає в себе і якість послуг, пов'язаних з поставкою продукції на ринок та обслуговуванням споживачів у процесі реалізації. Найвагомішими з них є доступність придбання, сервісне і гарантійне обслуговування, відповідність продукції встановленим стандартам тощо.

Розгляд та вивчення стану ринку сільськогосподарської продукції за окремими сегментами показали незаперечність факту, що найбільшому ризику піддається сегмент виробництва, у результаті чого ефективність виробництва сільськогосподарської продукції має тенденцію до зниження. Незаперечним є й те, що негативи зиску сегмента виробництва передаються й на інші, зокрема на сегменти продукту, реалізації і споживача, що зумовлює недовикористання потужностей переробки, підвищення ціни кінцевої продукції і зниження купівельної спроможності населення. У зв'язку з цим на ринку сільськогосподарської продукції на практиці не досягається необхідний синергетичний ефект повного задоволення потреб споживачів і не забезпечується реалізація головного принципу економіки господарюючих суб'єктів – збільшення прибутків.

Використовуючи математичне сподівання, що є середньозваженим з усіх можливих результатів, ми зробили спробу за одержаними рівняннями ризиків в окремих сегментах визначити необхідні перспективні обсяги виробництва продукції в аграрному секторі України для повного задоволення потреб населення у продуктах харчування, з урахуванням ризиків на рівні всіх сегментів і в цілому на ринку сільськогосподарської продукції.

Відхилення V від необхідної кількості розраховуємо за формулою

$$V = \frac{N - F}{N} \cdot 100\%. \quad (4.14)$$

Додатні «+» відхилення в табл. 4.15, наприклад овочів і баштанних продуктів (86,3 %), свідчать про недостатнє виробництво і ризик для всього суспільства недоотримання продукції споживачами. Частково недоотриману продукцію закупають за кордоном за завищеними цінами, стимулюючи зарубіжне сільське господарство і позбавляючи вітчизняних виробників робочих місць, тобто можливості заробляти і утримувати свої сім'ї. Відхилення із знаком «-» свідчать про позитивну тенденцію виробництва продуктів.

Негативна тенденція можлива, якщо будуть додаткові ΔV відхилення від зазначених у табл. 4.15 відсотків в один чи інший бік. Пояснимо це на прикладі олії, перевиробництво якої за 2012 р. становить 41,9 %. Позитивні відхилення за абсолютною величиною, наприклад, на $\Delta V=2$ % (до 43,9 %), свідчать про виробництво додаткової партії продукції, для якої може не виявитись покупців (якщо умови контрактів із зарубіжними країнами не змінились) і це може призвести до зменшення ціни і, відповідно, втрати, оскільки може виникнути потреба шукати за кордоном нових споживачів і продавати їм продукцію за заниженими цінами.

Негативні ($\Delta V = -2\%$) відхилення за абсолютною величиною, наприклад до 39,9 %, свідчать про зменшення прибутку (виручки), оскільки вітчизняні виробники недопоставляють продукцію і, відповідно, не отримують запланований дохід.

Таблиця 4.15

Необхідні обсяги виробництва продукції аграрного сектору економіки України з урахуванням ступеня ризику, 2012 р.*

Вид продукції	Фактичні обсяги виробництва, тис. т	Фонд споживання основних продуктів харчування населенням, тис. т	Необхідна кількість за раціональними нормами споживання, тис. т	Відхилення фонду споживання від необхідної кількості (+,-)
М'ясо і м'ясопродукти	3120,9	2 478,0	3765,9	-1287,9
Молоко і молокопродукти	11377,6	9 797,1	17241,6	-7444,5,0
Яйця, млн шт.	19110,5	14 019,6	13158,1	861,5
Хліб і хлібопродукти	46216,2	4 989,9	4582,6	407,3
Картопля	23250,1	6 393,9	5626,2	767,7
Овочі і баштанні	10016,7	7 452,2	7305,0	147,2
Плоди, ягоди, виноград	2008,7	2 432,3	4083,5	-1651,2
Цукор	18438,9	1 713,4	1724,2	-10,8
Олія	8387,0	590,5	589,8	0,7

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Ризики в будь-якій економічній діяльності через дію об'єктивних природних та економічних законів ринкового механізму й конкуренції є неминучими. А тому, є вірогідним, що саме обґрунтована якісна оцінка загроз і можливих наслідків ризику, а також ефективне управління ними можуть визначати успішну діяльність господарюючих суб'єктів.

З цією метою необхідно використовувати досконалий аналітичний комплексний підхід до оцінювання можливих ризиків. Особливо важливо встановити причини їх виникнення і сферу походження. Як правило, піддаються однозначному регулюванню внутрішні й відкриті ризики, а такими, що не піддаються регулюванню, є зовнішні й закриті.

Щоб стати на шлях зменшення ризиків на ринку сільськогосподарської продукції, необхідно всіляко формувати і підтримувати політику інтегрованого підходу до вияву можливих ризиків і втрат та оцінювання стану окремих сегментів: виробництва, продукту, реалізації і споживання – упродовж тривалого періоду і на цьому ґрунті розробити процес спроби управління ними. Основними методами можуть стати такі: уникнення ризику; локалізація ризику; розсіювання ризику; диверсифікація ризику; компенсація ризику тощо.

Таблиця 4.16

Необхідні перспективні обсяги виробництва продукції аграрного сектору економіки України з урахуванням ступеня ризику споживачів на 2020 р.*

Вид продукції	F – фактичні обсяги виробництва, тис. т	N – необхідна кількість, тис. т	Відхилення V від необхідної кількості, %	Знак відхилення відносно необхідної кількості, (+,–)
М'ясо і м'ясопродукти	2209,6	3772,1	41,4	+
Молоко і молокопродукти	11377,6	17270,0	51,8	+
Яйця, млн шт.	19110,5	13180,0	–45,0	–
Хліб і хлібопродукти	4621,6	4590,1	–0,7	–
Картопля	2325,02	5635,4	58,7	+
Овочі і баштанні	1001,7	7317,0	86,3	+
Плоди, ягоди, виноград	2009	4090,2	50,9	+
Цукор	18439	1727,0	–967,7	–
Олія	838,7	591,0	–41,9	–

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Властиві ознаки, алгоритм і генезис ризику дають підстави осмислити сукупність чинників, які дають змогу дослідити сутність цієї категорії стосовно його корисності з орієнтацією на використання методу функціонального підходу, встановивши певну сукупність притаманних йому функцій, таких як: регулююча, інноваційна, захисна, оптимальності, стабілізації і соціально-економічна.

Регулююча функція ризику, на нашу думку, проявляється на ґрунті конструктивного підходу. Поведінка суб'єкта може бути зумовлена активністю, націленістю, прагненням, і це можна характеризувати як пошук

вирішення проблеми за рахунок експромту, тобто нехтуванням реального ситуаційного становища загрози, де переважає пріоритет – бажання досягнення поставленої мети за всяку ціну. Проте під час прийняття ризикованого рішення у суб'єкта господарювання завжди існує шанс інтуїтивно спрогнозувати напрям і величину впливу ризику. У цьому і проявляється сутність регулюючої функції як підґрунтя ризику (рис. 4.4).

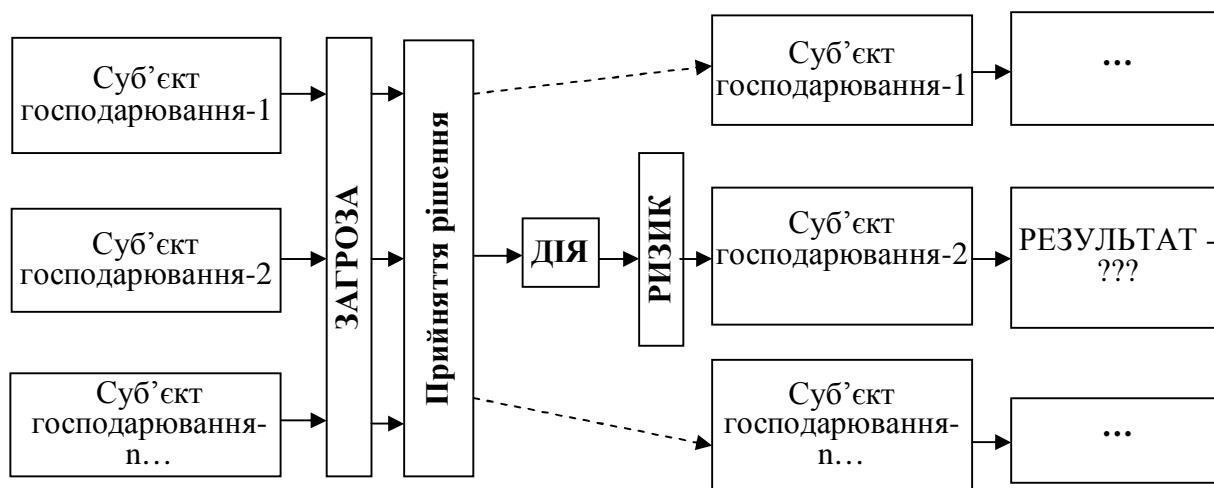


Рис. 4.4. Схема, яка характеризує прояв регулюючої функції ризику.

На шляху досягнення поставленої мети в умовах невизначеності суб'єкти господарювання іноді намагаються вирішити проблему загроз нетрадиційним способом. Умови консерватизму і психологічних бар'єрів зумовлюють пошук неминучого вибору альтернативного рішення, на основі запровадження нових способів і методів, що є проявом інноваційної функції ризику (рис. 4.5).

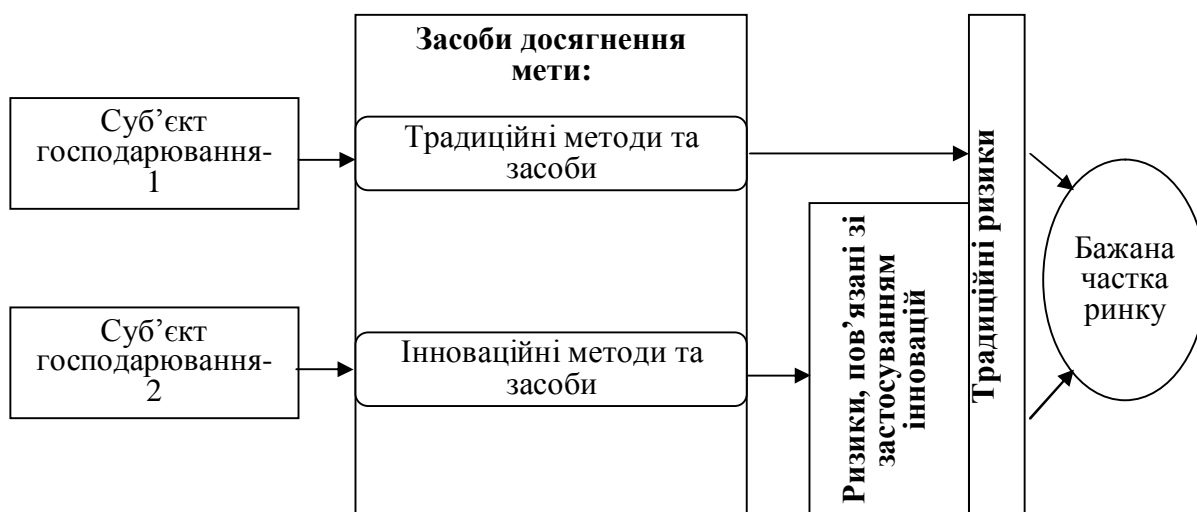


Рис. 4.5. Схема, яка характеризує прояв інноваційної функції ризику.

Інноваційна функція ризику пов'язана, передусім, з ймовірними загрозами і витратами, що виникають у суб'єктів господарювання за умов освоєння ними технологічних, організаційних та інших нововведень. Однак якщо нехтувати проявом цієї функції ризику, тобто не вводити її в дію, то темпи рівня зростання продуктивності праці неминуче відставатимуть від темпів необхідного його зростання і відповідного прибутку для виробників сільськогосподарської продукції.

Усвідомлення та спроба уникнути організаційної та правової загроз суб'єктивного характеру, зменшити її вплив на результат, іншими словами, нівелювати загрозу, є притаманними людям, які намагаються використати засоби захисту від небажаних наслідків прийнятого ризикованого рішення. За таких умов виникає необхідність у прийнятті правових нормативних актів, спрямованих на мінімізацію цих наслідків. Це є характерними ознаками і базисом прояву захисної функції ризику. Ця функція найбільше проявляється при елімінації загроз чинників зовнішнього характеру і запобігатиме прийняттю нерационального рішення, що зумовлюватиме задоволення інтересів суб'єкта господарювання (рис. 4.6).

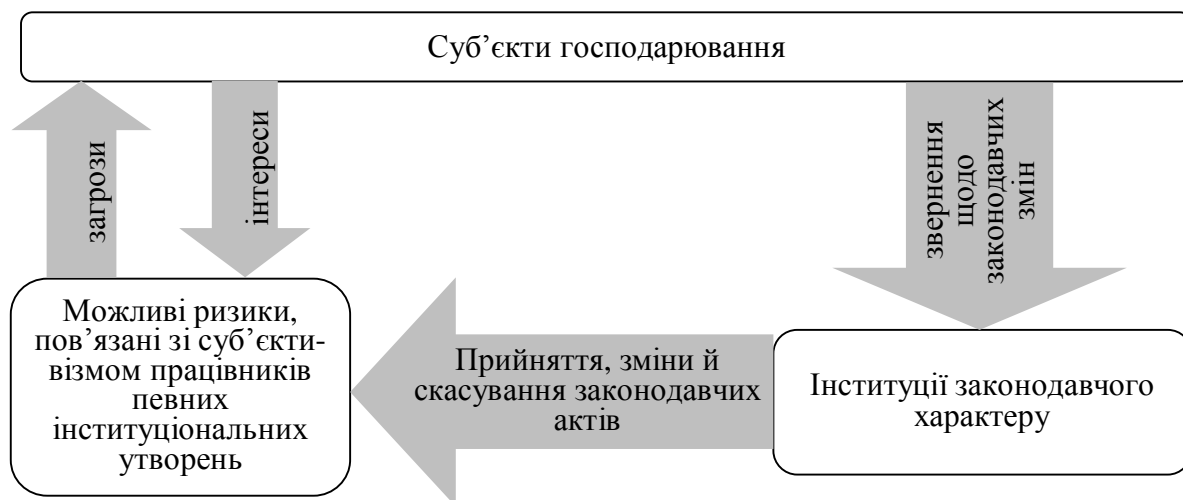


Рис. 4.6. Схема, яка характеризує прояв захисної функції ризику.

У складній ризикованій ситуації для прийняття суб'єктами господарювання виправданого рішення на основі аналізу ситуації доцільно скористатися захисною функцією та здійснити вибір оптимального варіанта з низки можливих. У цьому проявляється функція оптимальності ризику. За рахунок дії цієї функції, спрямованої на оптимізацію результату, вдається не лише здійснити вибір одного з можливих рішень, а й забезпечити стабільність розвитку виробничих процесів та конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта. У цьому й полягає сутність функції стабілізації діяльності суб'єкта господарювання як результат взаємодії функцій

оптимальності і стабілізації ризику на ринку сільськогосподарської продукції (рис. 4.7).

Досягнутий позитивний результат, як додатковий, що переважає очікуваний, може стати компенсацією за правильно прийняте ризиковане рішення. На рівні групи господарюючих суб'єктів цей результат виділить ефективних підприємців на ринку сільськогосподарської продукції і в економічному сенсі ними буде доведено, що ризик є прийнятним.

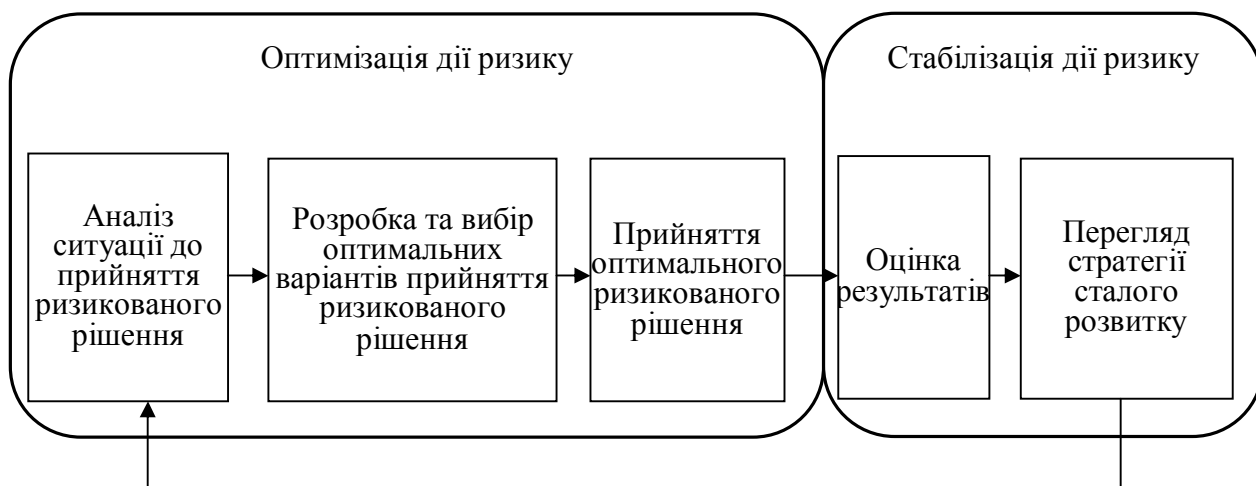


Рис. 4.7. Схема алгоритму щодо опису результатів взаємодії функцій оптимальності й стабілізації ризику на ринку сільськогосподарської продукції.

За таких умов і проявиться соціально-економічна функція ризику, яка в умовах недостатньо організованої і неефективної соціальної інфраструктури, як правило, спрямовується і працює на її покращання (рис. 4.8).

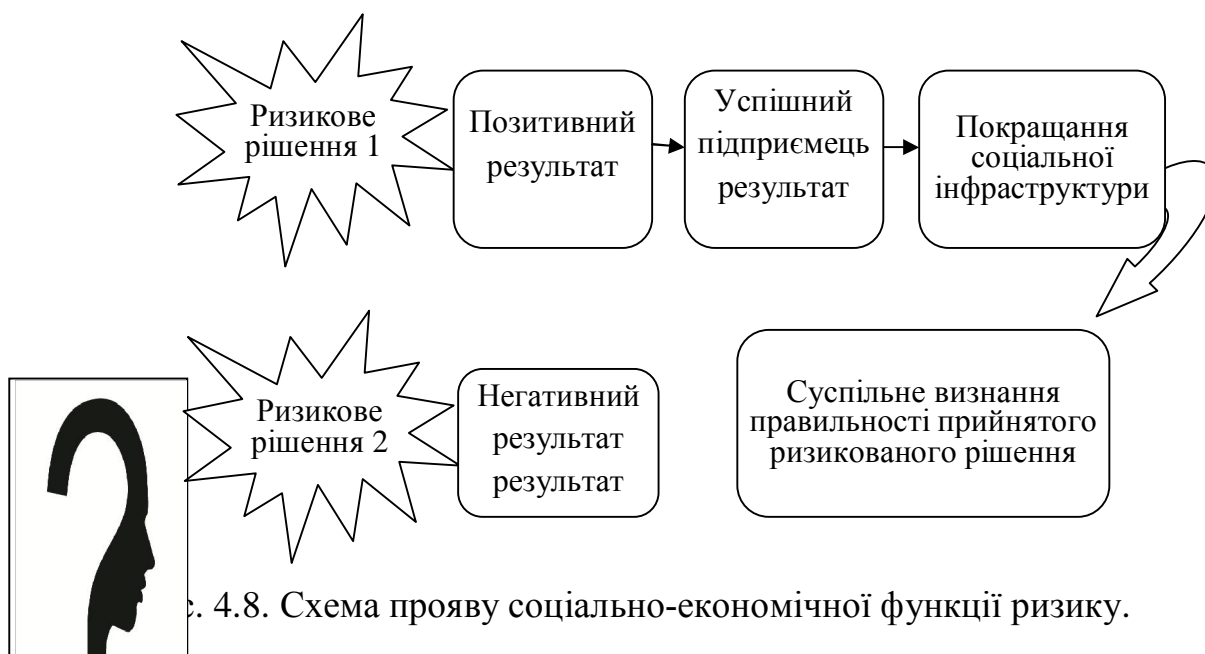


Рис. 4.8. Схема прояву соціально-економічної функції ризику.

Аналізуючи функції підприємницького ризику, незважаючи на втрати, які можуть бути спричинені ним, слід усвідомити позитивний його характер. Ризик, за своєю сутністю, у разі успішного результату забезпечує одержання додаткового прибутку, тому суб'єктам господарювання у своїй діяльності не слід відмовлятися від ризику, а керуватися вибором правильного обґрунтованого рішення, пов'язаного з ризиком, на основі об'єктивного оцінювання природних умов, а також інформаційних і фінансових потоків.

Держава має стимулювати цей процес в інтересах усього суспільства в напрямі вдосконалення управління ризиками, що має включати розробку і реалізацію обґрунтованих рекомендацій та заходів, спрямованих на зменшення початкового рівня ризику і його зведення до мінімального:

- у практичній діяльності на рівні усіх сегментів повинні бути спрогнозовані характеристики можливих втрат, пов'язаних із небажаним розвитком подій;
- суб'єктами господарювання мають бути проведені заходи зі зниження ризику до прийняттого рівня;
- для успішного управління ризиком необхідно провести балансові розрахунки з урахуванням можливих втрат;
- необхідно передбачити можливі ситуації, пов'язані з розвитком несприятливих подій, які можуть спричинити зрив часткових цілей і поставленого загального сценарію ефективної господарської діяльності на ринку сільськогосподарської продукції.

Отже, конструктивна і ґрунтовна поведінка суб'єкта щодо управління ризиком може стимулювати прийняття виправданого рішення, незважаючи на те, що інтерес, наміри і націленість у часі провокують у суб'єкта активність і, певною мірою, авантюризм дії, що може призвести до дестабілізації ситуації. У цьому й проявляється сутність підґрунтя ризику.

РОЗДІЛ 5

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

5.1 Логістичні рішення на ринку сільськогосподарської продукції

Аграрний сектор економіки за рівнем розвитку і споживання ресурсів, багатогранністю галузей, різноманіттям видів вироблюваної продукції, розміщенням виробничих потужностей і виробництв та наявністю міжгалузевих зв'язків є одним із найбільш відомих і значущих у структурі національної економіки країни. До того ж у сільському господарстві функціонує низка специфічних галузей, які за споживаними ресурсами, технологією і видами виробленої продукції мають свої особливості.

У сільському господарстві функціонує велика кількість підприємств з різною формою власності і розміром виробництва. Виробництво характеризується територіальним способом розміщення, що зумовлює як великий обсяг перевезення сировини і матеріалів для виробничих цілей (насіння, добриво, паливо, корми), так і виробленої продукції до місця зберігання і збуту, частина якої є досить високотранспортабельною. Тут процес виробництва здійснюється сезонно, особливо в галузі рослинництва, коли є безпосередня участь людей, і постійно, коли він відбувається під прямою дією природних чинників. Використовувані засоби праці зазвичай пересуваються в просторі, а предмети праці характеризуються сталістю розміщення, що зумовлює велику потребу мобільності техніки та високих затрат енергетичних ресурсів. Механізатори не мають постійного місця роботи, зате повинні мати навички широкої кваліфікації і виконувати різні види робіт у процесі посіву культур, догляду за ними, збирання врожаю.

Особливість виробництва сільськогосподарської продукції, що пов'язана з технологічною необхідністю проведення робіт у різний час і у просторі, вимагає всебічного врахування цих обставин під час формування матеріально-технічної бази підприємства, організації й управління виробництвом, які мають бути спрямованими на виконання робіт відповідно до агротехнічних вимог і строків для забезпечення обсягів виробництва

продукції і її здешевлення та забезпечувати високу економічну ефективність використання виробничих ресурсів. У зв'язку з цим гострою є потреба дотримання пропорційної відповідності між обсягами потоків вхідних ресурсів, які використовуються у виробничому процесі, та обсягами виробленої з них продукції.

З іншого боку, економічні відносини, які виникають під час формування матеріальних потоків та існують у процесі їх реалізації на ринку сільськогосподарської продукції між усіма його учасниками, характеризуються нестабільною динамічністю, хаотичністю, конкурентним протистоянням, невідповідністю пропозиції потребам населення в часі та просторі, що вимагає гармонізації й удосконалення процесів виробництва продукції і подальшого її просування до споживача. За умов жорсткої боротьби кожна конкурентна ситуація на ринку має спонукати та мобілізувати виробників до мінімізації витрат на реалізацію продукції, з урахуванням витрат на пакування, зберігання та переробку. Усе це зумовлює інтерес сільських товаровиробників до створення і використання ефективного логістичного механізму управління черговістю виконання робіт і операцій технологічного процесу, з оптимізацією і раціональністю використання ресурсів та процесами, пов'язаними з підготовкою продукції до реалізації і її проходженням від виробника до споживача.

Якісне функціонування логістичного механізму, який передбачає управління матеріальними та інформаційними потоками на всіх стадіях проходження сільськогосподарської продукції від виробника до покупця і зумовлює розвиток результативних взаємовідносин між її постачальниками і споживачами, стимулює розвиток горизонтальних зв'язків і посилює конкуренцію між постачальниками продукції на ринок, у процесі якої відбувається боротьба за споживача, покращується якість постачання і доставки продукції з найменшими затратами. Цим вирішується завдання логістики, метою якої є постачання певних видів продукції конкретним споживачам у визначений час і місце для їх повного задоволення за мінімальних затрат трудових і матеріальних ресурсів.

Логістика – галузь економічної науки, що вивчає теорію оптимального управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергетичними зв'язками [71]. Термін „логістика” походить від грец. *Logistike* – означає мистецтво обрахунків, вміння обмірковувати.

В умовах становлення й розвитку ринкової економіки логістичний механізм управління набуває все більшої актуальності і логістика виступає дієвим заходом для врегулювання попиту і пропозиції та підвищення

ефективності діяльності ринку сільськогосподарської продукції. Це зумовлюється, передусім, такими чинниками:

- економічний – передбачає пошук резервів зниження виробничих та транзакційних витрат з метою збільшення прибутків. У даному випадку логістика забезпечує тісний взаємозв'язок економічних інтересів виробників сільськогосподарської продукції та її споживачів;
- організаційно-економічний – у процесі виникнення й розвитку нових організаційно-правових форм господарювання, які забезпечують процес проходження сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, усе більшої актуальності набувають інтеграційні форми управління на основі логістичних процесів взаємодії виробників, споживачів, посередників та інфраструктурних елементів ринку;
- інформаційний – передбачає налагодження та розвиток інформаційних зв'язків, які зумовлюють і посилюють ринкові відносини між усіма його учасниками;
- технічний – проявляється у тому, що належний рівень функціонування логістичного механізму на ринку сільськогосподарської продукції забезпечується на основі інноваційних технологій, які використовуються у процесі зберігання, пакування та транспортування продукції.

Основне призначення логістики на стадії виробництва – це мінімізація матеріально-грошових витрат на одиницю продукції і оптимізація ресурсів загалом на окремий комплекс робіт.

Як правило, у структурі сільськогосподарських підприємств функціонують різні підрозділи з чітко визначеними функціональними обов'язками і мета та цілі діяльності окремих із них досить різняться між собою за технологією виконуваних робіт, видами залучених і використовуваних ресурсів, кваліфікацією працівників, а відтак і одержаними результатами праці. Домогтися злагодженого управління і узгодження всіх робіт і операцій як єдиного цілісного виробничо-господарського процесу можна за допомогою використання логістичного механізму.

Якщо розглядати логістичний механізм як цілісну систему, то очевидним є те, що тісно пов'язані між собою її елементи, через які відбувається потік матеріальних, грошових та інформаційних ресурсів, є підґрунтям для оптимізації сукупних витрат.

У практичному форматі логістика являє собою сукупність економічних відносин, пов'язаних із формуванням інформаційно-сировинного середовища, що проявляються в логістичній єдності організації

планування, управління та контролю за постачанням ресурсів, їх споживанням у процесі виробництва і реалізації, на предмет встановлення оптимальних витрат матеріальних, фінансових та інформаційних потоків у процесі проходження продукції на всіх етапах від виробництва до кінцевого споживання.

Підґрунтям логістики на ринку сільськогосподарської продукції виступають технологія вирощування сільськогосподарських культур, рівень технічного забезпечення виконання технологічного процесу, економічний стан підприємства та математичне обґрунтування оптимізації процесів.

Технічне забезпечення виконання технологічного процесу передбачає набір механізмів і обладнання, інформаційний супровід черговості використання відповідно до технології та забезпечення їх виробничими ресурсами. Технічне забезпечення товаровиробника, його стійкість мають сформувати спроможність логістичної його діяльності з приводу фінансового обслуговування зв'язків між усіма операціями з виробництва та збуту продукції, здійснення руху матеріальних потоків спрямованих на встановлення оптимального рівня між затратами і одержаним прибутком. Інформаційне забезпечення та математичне обґрунтування оптимізації процесів спрямовуються на пошук оптимізаційних варіантів, що базуються на статистичній інформації руху матеріальних потоків.

Логістичне забезпечення процесу виробництва будь-якого продукту на ринку сільськогосподарської продукції має відбуватися відповідно до послідовності виконання виробничого циклу (рис. 5.1).

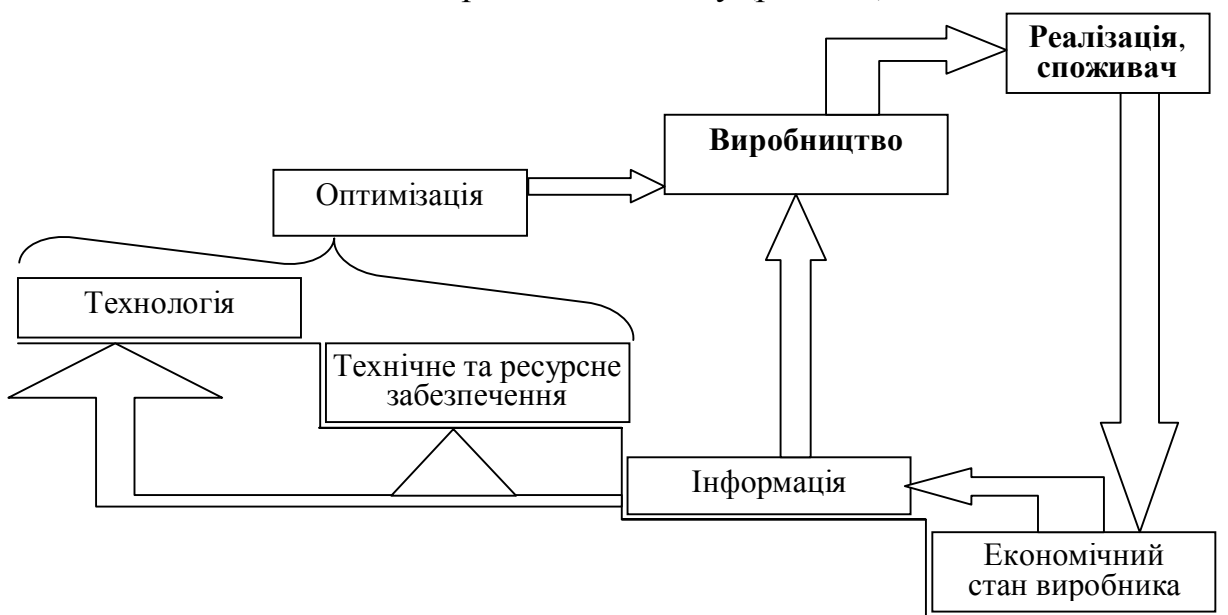


Рис. 5.1. Підґрунтя логістичного забезпечення процесу виробництва.

За таких умов логістичний механізм повинен забезпечити потік певної інформації до кожної із складових, які б оптимізували витрати ресурсів і забезпечили виконання ним функціональних обов'язків у визначений час і в просторі. Тривалість циклу, як правило, не є випадковою величиною, а в часі відповідає технології виробництва продукції. Таким чином, основні принципові завдання, які вирішує логістика, полягають в оптимальному управлінні сировинними, товарними, інформаційними і грошовими потоками, а відтак вимагають залучення фінансових, людських та матеріальних ресурсів.

У логістичному механізмі однією з важливих складових є система економічно-господарських зв'язків, які зароджуються на етапі постачання сировини і функціонують на всіх інтеграційних рівнях від виробництва до реалізації готового продукту. Слід зауважити, що функціонування логістичного механізму на ринку сільськогосподарської продукції характеризується інтенсифікацією та розширенням товарно-грошових відносин, інтеграційними процесами між підприємствами, розвитком виробничої та ринкової інфраструктури не лише на рівні підприємства та регіону, а й у масштабах країни загалом. Від ефективності взаємодії і функціонування напрямів логістичного механізму усіх складових національної економіки залежить в цілому діяльність та розвиток безпосередньо ринку сільськогосподарської продукції, що у свою чергу посилюється рівнем економії всіх видів ресурсів. Це зумовлено тим, що логістика тісно взаємопов'язана з усіма галузями народного господарства. Вона є тим елементом ринку, який найшвидше розвивається і набуває найбільшої популярності.

З іншого боку, ринок сільськогосподарської продукції, як комплекс пов'язаних підприємств і виробництв окремих видів товарів, обслуговується низкою інфраструктурних елементів та інформаційних засобів і виступає основоположною складовою для розвитку логістики, оскільки опосередковуються товарним обміном. Системоутворювальними його елементами стають ресурсні і товарні потоки, а також пов'язані з їх обслуговуванням потоки фінансових ресурсів та інформації. А оскільки ринок сільськогосподарської продукції є складовою агропромислового комплексу, то тісні взаємозв'язки, що виникають у виробництві продукції, її переробці і зберіганні, стають складовими однієї логістичної системи.

У загальній системі виробництва будь-якого виду продукту відповідно до виробничої функції можна виділити окремі блочні підсистеми. Підсистемою є виокремлена із загальної сукупності за властивими, спорідненими, організаційними і технологічними рисами одна з блочних

складових логістичного механізму, яка спрямовує функцію на вирішення завдань логістичного адміністрування з виконання певних робіт. Ця підсистема є своєрідним викінченням певного виду і обсягу робіт замкненого кола загального циклу технологічного процесу.

Блочну підсистему можна розглядати як окремих певний суб'єкт, що потребує логістичних рішень з перетворення вхідних матеріальних, фінансових та інформаційних потоків у проміжний результат праці, що слугує вихідним матеріалом – ресурсом для опрацювання в наступному логістичному блоці.

Прикладом класичної логістичної системи, що сформована з окремих логістичних блоків, елементи яких тісно взаємопов'язані між собою і потребують цілісного забезпечення управління матеріальними потоками, може стати галузь овочівництва:

- блок основного, передпосівного обробітку ґрунту і посіву;
- блок догляду за рослинами;
- блок збирання врожаю;
- блок підготовки до реалізації і зберігання продукції;
- блок зберігання;
- блок реалізації продукту (рис. 5.2).

Блок основного, передпосівного обробітку ґрунту і посіву як елемент логістичної системи виробництва овочів охоплює такі операції, як лушення стерні на глибину 8 – 10 см, навантаження органічних добрив на розкидач і їх розкидання, оранку на глибину 22 – 25 см, ранньовесняне боронування – закриття вологи, транспортування мінеральних добрив на поле, завантаження їх у розкидач, розсіювання, глибока передпосівна культивування з боронуванням і посів овочів.

Блок догляду за рослинами передбачає досходове боронування, післясходове розпушування міжрядь, транспортування добрив, розпушування міжрядь на глибину 12 см з одночасним внесенням добрив, приготування робочої суміші пестицидів, транспортування робочої суміші, обприскування посівів засобами захисту від шкідників і хвороб, міжрядне прополювання, міжрядне розпушування, підготовку поля до збирання врожаю.

Блок збирання врожаю овочів, наприклад моркви, охоплює безпосередньо саме викопування копачами та збирання продукції або комбайнове збирання, транспортування до місця сортування.

Блок підготовки до реалізації і зберігання продукції включає очищення коренів від рослинних решток і ґрунту, сортування, завантаження

у тару, навантаження у транспортні засоби, транспортування до місця зберігання.

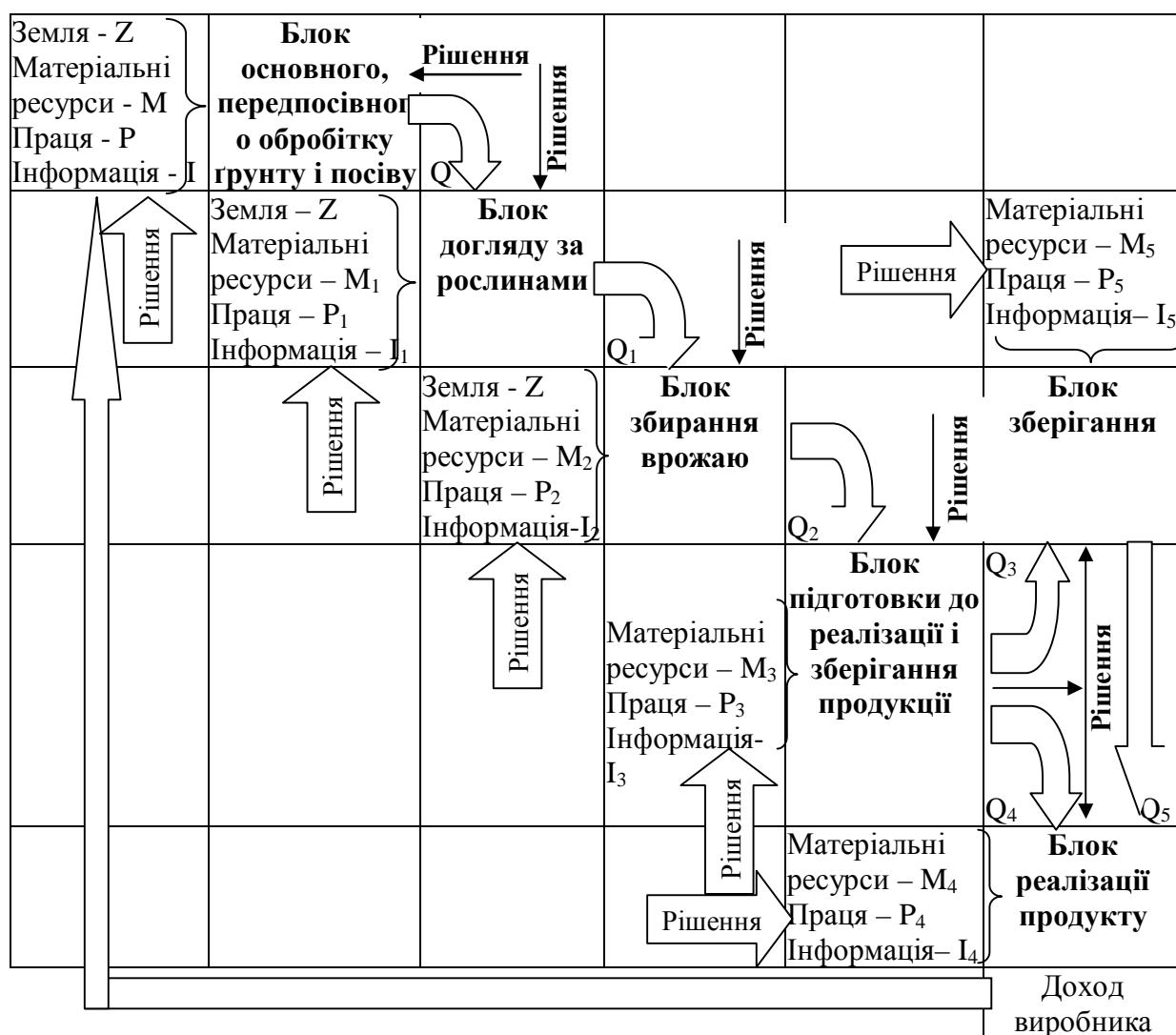


Рис. 5.2. Матриця логістичної системи блоків-перетворювачів вхідних і вихідних потоків ресурсів.

Блок зберігання передбачає розвантаження транспортних засобів, закладання продукції у контейнери, розміщення контейнерів у сховищі, розміщення продукції на стелажах у овочесховищах, вибір режимів зберігання, саме зберігання.

Блок реалізації продукту передбачає передреалізаційне сортування, пакування у тару, зважування, навантаження у транспортні засоби, транспортування до місця реалізації і процес реалізації.

Зазначена схема наочно демонструє, що окремі блоки, які послідовно відображають технологічний процес, супроводжуються потоками необхідних ресурсів. Види ресурсів різняться залежно від напрямку

використання, виду та обсягу, що відповідають функціональному призначенню кожного з окремих блоків.

Отже, кожний з окремих блоків відповідно до призначення потребує специфічного набору ресурсів, які забезпечують проведення робіт лише для потреб цього блоку. Наприклад, ресурсний потік, що складається з машин та технічних засобів, які використовуються у блоці передпосівного обробітку ґрунту і посіву, не відповідає ресурсному потоку машин, технічних засобів блоку збирання врожаю як за кількістю, так і за видом. Відповідно також і різняться за кількістю і видами сировинно-матеріальні потоки, що обслуговують виконання робіт у певному блоці.

Така відмінність у залученні і використанні матеріально-ресурсного потенціалу спостерігається й між іншими блоками з виконання технологічного процесу. Проте спільними для них є необхідність і доцільність оптимізації ресурсів, що спрямовуються на виконання окремої операції технологічного процесу, і ця оптимізація має бути забезпечена використанням логістичного механізму.

Ще більш суттєвою є відмінність між результатами праці в окремих блоках, що представлені у вигляді сировинно-ресурсних потоків. Якщо результатом праці „блоку основного, передпосівного обробітку ґрунту і посіву” є підготовлений ґрунт і висіяне насіння для пророщування, що трансформується у „блок догляду за рослинами”, то в цьому блоці результатом праці і матеріальним вихідним потоком є самі рослини, які під час взаємодії з природним середовищем здатні виробляти продукцію.

У технології вирощування сільськогосподарських культур логістика передбачає послідовне й оптимальне забезпечення потоками матеріалів і сировини в часі для виконання окремих операцій, пов'язаних і зумовлених процесом виробництва та реалізації продукції (рис. 5.3).

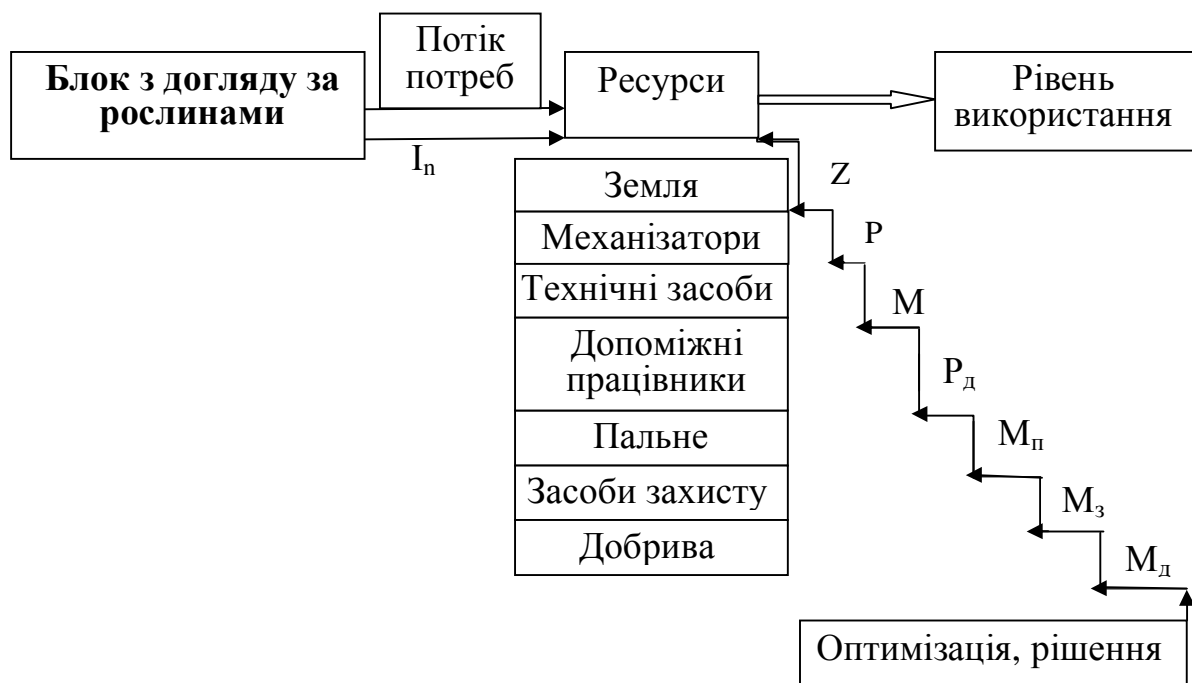


Рис. 5.3. Модель функціонування елемента логістичної системи.

Зображений елемент „блок догляду за рослинами” функціонування логістичної системи як приклад демонструє окремо певний етап виробничої функції, в якому відбуваються процеси оптимізації, регулювання і перетворення вхідних матеріально-ресурсних потоків. Виробнича функція дає змогу визначити можливий обсяг результату виробництва за певної кількості ресурсів та наявної технології.

Для кожного окремого блоку прийнятої технології обсяг одержаного результату можна подати типово у такому вигляді:

$$Q = F (Z, P, M_i, I) \rightarrow \text{оптимум}, \quad (5.1)$$

де Z – використовувані земельні ресурси;

P – праця;

M_i – капітал та використовувані матеріальні ресурси;

I – інформація.

Технологія – це спосіб сполучення різних факторів виробництва, які забезпечують виробництво певних благ, і характеризується кількісно сукупністю норм затрат ресурсів на випуск одиниці готової продукції.

У представленій логістичній моделі технологічного процесу відображено види ресурсів, які затребувані технологією у повному обсязі для виконання операцій у певних проміжках часу в певному блоці і виступають як базові.

Наприклад, на виконання процесу догляду за рослинами необхідні: трактор, культиватор, обприскувач, механізатори, допоміжний персонал, добрива, засоби захисту та паливо. Обсяг кожного з ресурсів формується відповідно до нормативів витрат, що закладені у технологічних картах. Так, за нормою на 1 га еталонної оранки витрати пального складають 15 л.

У процесі виконання робіт може мати місце логістичне оптимізаційне врегулювання витрат ресурсів як за рахунок їх кращих якісних параметрів, так і раціональнішого способу організації їх використання. Логістичне управління технологією та врегулювання використання ресурсів, що спрямовується на їх оптимізацію, може стати джерелом економії ресурсів, і тоді витрати пального на виконання окремих операцій (культивуацію, боронування, вирівнювання ґрунту тощо) у перерахунку на 1 га еталонної оранки можуть складати лише 12 л. Тоді понесені витрати ресурсів можна вважати граничними для граничного обсягу одержаного результату:

$$Q_1 = F(Z, P - \Delta P, M_i \pm \Delta M_i, I + \Delta I) \rightarrow \text{оптимум}, \quad (5.2)$$

де Q_1 – обсяг одержаного результату від оптимізації ресурсів;
 Z – використовувані земельні ресурси;
 $P - \Delta P$ – зменшення кількості праці;
 $M_i \pm \Delta M_i$ – оптимізація капіталу та використовуваних матеріальних ресурсів;
 $I + \Delta I$ – зростання інформації.

За рахунок логістичного механізму врегулювання й оптимізації використання ресурсів можна забезпечити рівень виконання певного обсягу робіт у визначений оптимальний агротехнічний термін уже з меншими кількісними параметрами ресурсів. Ця модель може стати типовою для врегулювання ресурсних потоків у кожному окремому блоці і на кожному етапі технологічного процесу. За обсягами витрат у кожному окремому блоці можна прогнозувати загальні витрати ресурсів на перспективу в контексті обсягів виробництва продукції.

Ефективність кожного з блоків підвищується в разі послідовного і глибшого системного підходу до логістичного регулювання всього технологічного процесу виробництва овочів. Відтак врегулювання організації ресурсного забезпечення окремих блоків стає вкрай необхідним, базується на принципах логістики і може дати значний економічний ефект. Логістика у системі виробництва і реалізації продукції дозволяє створювати оптимальну ситуацію, коли „постачання ресурсів – виробництво – реалізація” утворюють безперервний монолітний процес.

Логістичні послуги для сільськогосподарських товаровиробників є тим важелем, який дає можливість зменшити їх увагу безпосередньо на процес виробництва і сфокусувати зусилля на формування цінового паритету, зокрема зниження рівня витрат, підвищення якості продукції, дотримання строків реалізації тощо. Якісне функціонування логістичного механізму, який передбачає управління матеріальними та інформаційними потоками на всіх стадіях виробництва і проходження сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, зумовлює також розвиток результативних взаємовідносин між її постачальниками і споживачами. В унісон підвищенню ефективності діяльності та покращанню власних господарсько-фінансових результатів постачальники продукції намагаються задовольнити інтереси споживачів за рахунок розвитку та вдосконалення договірних взаємовідносин із ними з питань постачання продукції. Саме логістичний механізм управління на ринку сільськогосподарської продукції стимулює розвиток горизонтальних зв'язків і посилює конкуренцію між

постачальниками продукції на ринок, у процесі якої відбувається боротьба за споживача, покращується якість постачання і доставки продукції з найменшими затратами.

Вироблена в аграрному секторі економіки сільськогосподарська продукція проходить певний шлях зі сфери виробництва до споживача через сферу обміну. Цей процес об'єктивно зумовлений необхідністю просування продукції на товарному ринку і спричинений як продовженням виробничого циклу за межами основного виробництва та територіальною відокремленістю місць виробництва і споживання, так і наявністю часового розриву між миттєвим фактом виготовлення і моментом факту споживання. Незважаючи на це, саме процес товаропросування продукції забезпечує продовження виробничого циклу від часу виробництва продукції аж до стадії її кінцевого споживання, але на жаль, у зв'язку з великою масштабністю і різноманітністю способів реалізації, процес товароруку, як такий, загалом на рівні регіону слабо піддається логістичному управлінню. Тому кінцевою метою виробництва сільськогосподарської продукції є її ефективна реалізація та налагодження постійних та прозорих каналів збуту, на яких можна було б достатньою мірою використати логістичний механізм.

Основним каналом збуту сільськогосподарської продукції на сьогодні, особливо овочевої, є її реалізація безпосередньо з поля. У такий спосіб реалізовується близько третини продукції, в основному господарств населення та дрібних виробників, посередникам, яка в надалі реалізується ними або перекупщиками на торгових ринках. Переробним підприємствам, через їх незначну кількість, реалізується незначна частина овочів, близько 10-12 %. Решта овочів реалізується на ринку безпосередньо споживачам самими дрібними товаровиробниками.

Крупні товаровиробники, як правило, на договірних відносинах реалізують свою продукцію через мережу супермаркетів, підприємств громадського харчування тощо. Вони намагаються реалізувати овочеву продукцію оптом і формують крупні партії з пакуванням у відповідну тару. Продукція, яка не реалізована, є в більшості підприємств, що мають відповідні складські приміщення, зберігається в овочесховищах як запас і реалізується у свіжому вигляді у міжсезоння.

Вибір каналів реалізації та процес прийняття логістичних рішень повинні ґрунтуватися на рейтингу споживачів. Перевагу слід віддавати тим каналам реалізації, які найменше спричинюють незручностей виробникам. Такими каналом може бути реалізація плодово-овочевої продукції безпосередньо з поля, яка складає близько 30 %. Реалізація продукції безпосередньо з поля залишає поза увагою використання логістичного

механізму, оскільки частину продукції сільськогосподарські виробники реалізують через посередників, які з часом реалізують її на товарних ринках за завищеною ціною, і доходи посередника, як правило, перевищують в 1,5 – 2 рази доходи товаровиробників. За такої схеми не більше ніж третині товаровиробників, які мають у наявності пристосовані овочесховища, вдається реалізовувати продукцію після сезону за підвищеною ціною або реалізувати її на експорт.

Важливо врахувати і задовольнити потреби переробних підприємств, які споживають загалом близько 25 % продукції, та торгових ринків, де продається і споживається у свіжому вигляді близько 30 %. Лише недостатнім використанням можливостей логістики можна пояснити те, що у 2012 р. в Україні втрати під час зберігання склали 5 % від загального обсягу виробленої овочевої продукції.

Для збалансування виробництва і споживання овочевої продукції логістичний механізм повинен бути спрямованим на міжрегіональний розподіл продукції з регіонів, у яких сконцентровано виробництво певного виду продукції, з обов'язковим її зберіганням у пристосованих складських приміщеннях. За таких умов вдається не лише забезпечити насиченість ринку овочами у міжсезонний період, а й вирішити соціальні завдання, створивши робочі місця. Цим самим можуть встановитися торговельно-економічні зв'язки між регіонами України.

Важливе завдання, що покладається на логістику, – забезпечити споживачів продукцією в необхідній кількості, у визначеному місці і часі. Для виконання цього завдання повинні бути задіяні всі складові логістичного механізму, і насамперед, скорочення технологічного часу виробництва та обробки продукції, доставки продукції за умов мінімізації затрат.

На сьогодні на ринку сільськогосподарської продукції існує також значна кількість фізичних і юридичних осіб як посередницьких структур, які, втручаючись у безпосередні відносини виробників і споживачів, розбалансовують ціни, необґрунтовано підвищують їх рівень, перевантажуючи і посилюючи недосконалу систему збуту, чим знижують заслужену дохідність сільськогосподарських товаровиробників. Тому створення та належне функціонування логістичного механізму покликане забезпечити одержання прибутку не лише суб'єктам ринку, які беруть участь у подальших стадіях руху виробленої продукції до споживача, а й безпосередньо виробникам сільськогосподарської продукції.

Забезпечення своєчасного проходження якісної продукції на всіх етапах від виробника до споживача та надходження її на ринок у необхідній

кількості, у конкретне місце і визначений час для задоволення потреб споживачів і одержання відповідної винагороди виробниками свідчать про достатній рівень організації логістичного управління процесом товароруку. Цього можна досягти за умов забезпечення максимальної оптимізації періоду виробництва, підвищення ефективності діяльності та покращання власних господарсько-фінансових результатів виробників і постачальників. До того ж формування та функціонування елементів логістичного механізму дає змогу вирішити низку соціальних проблем, таких як зайнятість населення, стабілізувати соціальний захист населення, а також підвищити насиченість і місткість ринку.

У зв'язку з особливістю сезонного характеру виробництва в аграрному секторі економіки для підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств виникає потреба у формуванні запасів як насінневої, так і товарної продукції з метою постачання її на торгові ринки у період міжсезоння. Для цього необхідно оптимізувати витрати на забезпечення належних умов її зберігання. Координація логістичних процесів на ринку сільськогосподарської продукції, особливо у форматі складування і зберігання, дає змогу забезпечити максимальні обсяги поставок і продажу продукції в період міжсезонного зростання попиту.

Кожен вид сільськогосподарської продукції потребує логістичного забезпечення у процесі її складування і вимагає певних умов зберігання. Будівництво складів мусить бути зорієнтованим на вимоги щодо умов складування і зберігання кожного конкретного виду продукції. Наприклад, для зберігання зерна достатньо обмежитися наявністю пристосованого зерноскладу, облаштованого природною вентиляцією, де можна зберігати його в засіках, що убезпечить від втрат, тоді як для зберігання овочів необхідно будувати спеціальні сховища з примусовою вентиляцією, підтримувати в них певний температурний режим, розміщувати овочі на стелажах, в ящиках або контейнерах тощо.

Усе це потребує логістичного забезпечення зі складування, наявності спеціального обладнання, устаткування та механізмів у складах для проведення вантажно-розвантажувальних операцій. Складські приміщення повинні мати певну структуру і виконувати визначені функції, зокрема перенаправляти рух матеріальних потоків, накопичувати, опрацьовувати і перерозподіляти їх між споживачами.

Склади набувають значення опорного пункту і відіграють важливу роль у ланцюгу створення складської логістичної системи. На склад покладається функція тривалого зберігання, а тому у складському логістичному механізмі мають бути передбачені частота, обсяг та

інтенсивність процесів товаропросування з урахуванням ритмічності поставок товарів на основні збутові точки, причому за необхідності може здійснюватися вибір альтернативного каналу руху продукту. Усе це зумовлює доцільність ввести складські приміщення у важливу ланку логістичної системи складування та збереження продукції.

Сукупні складські витрати на зберігання являють собою суму затрат на завезення товарів та витрат, понесених у процесі їх зберігання, і їх можна розрахувати за формулою

$$V_{\text{заг}} = V_{\text{зав}} + V_{\text{зб}}, \quad (5.3)$$

де $V_{\text{зав}}$ – витрати на завезення, тис. грн;

$V_{\text{зб}}$ – витрати на зберігання, тис. грн.

Витрати на завезення можна визначити як собівартість транспортних витрат 1 км, помножену на обсяг тонно-кілометрів:

$$V_{\text{зав}} = C \times Q, \quad (5.4)$$

де C – собівартість 1 т.км, грн;

Q – обсяг тонно-кілометрів, т.км.

Витрати на зберігання охоплюють амортизаційні відрахування на приміщення та обладнання, витрати на поточний ремонт, оплату праці складського персоналу, вартість електроенергії, води тощо. Загальну суму витрат можна розрахувати як добуток питомих річних витрат на зберігання одиниці продукції і середньорічної кількості продукції, що зберігається.

Середньорічний обсяг кількості продукції, що перебуває на зберіганні, визначаємо діленням на 12 загальної суми півсум обсягів на початок і на кінець кожного місяця:

$$Z = q \times \left(\frac{Z_{1\text{поч}} + Z_{1\text{кін}}}{2} + \dots + \frac{Z_{n\text{поч}} + Z_{n\text{кін}}}{2} \right) / 12, \quad (5.5)$$

де $Z_{1 \dots n \text{ поч}}$ – обсяг вантажу на зберіганні на початок місяця, т;

$Z_{2 \dots n \text{ кін}}$ – обсяг вантажу на зберіганні на кінець місяця, т.

Логістичний процес на складах має врегульовувати та узгоджувати постачання запасів, опрацювання вантажів, їх внутрішньоскладське переміщення, розподіл і спрямування замовникам. Логістика охоплює весь ланцюг розподілу продукції від виробника до споживача, зокрема організацію заготівлі, складування, пакування, транспортування та збуту. За таких умов проявляють свою дію як закупівельна, так і збутова логістики, які перебувають у тісному взаємозв'язку і взаємозумовленості, що спричинює необхідність взаємопов'язаного їх розгляду. З цього випливає,

що логістичний процес охоплює не лише сам процес зберігання продукції, а й спосіб забезпечення її просування у загальному технологічному процесі виробництва й реалізації, що доводить необхідність створення у сільськогосподарських підприємствах цілісної логістичної системи з виділенням окремої служби логістики.

Проте спорудження складських приміщень та створення цілісної логістичної системи складування, зберігання та реалізації продукції з виділенням окремої служби логістики не під силу кожному окремому виробнику з причини високих інвестиційних вкладень, подальших значних експлуатаційних затрат і можливого низького рівня завантаження. З огляду на ці причини доцільним є в зоні високої концентрації виробництва овочевої продукції дрібних та середніх товаровиробників створювати міжгосподарську логістичну структуру зі складування, збереження та її реалізації. Складські приміщення щодо облаштування, забезпечення обладнанням, відповідним до вимог складування певного виду продукту та навантажувально-розвантажувальними засобами повинні відповідати вимогам досягнень науки і техніки. Місце розташування доцільно обирати з урахуванням виходу дороги на магістральний шлях, а також транспортних витрат виробників, пов'язаних із доставкою продукції до місця складування.

В унісон розбудові складських приміщень необхідне також будівництво під'їзних шляхів, місць стоянки автомобілів та забезпечення складських приміщень навантажувально-розвантажувальною технікою й автокарами. До того ж подальше використання продукції, що закладена на зберігання, потребує подальшого проектування потреб і оцінки рівня та забезпечення реалізації.

У розрахунку комплексу складів слід виходити з оптимального варіанта, в основу розрахунку якого покладено умови забезпечення мінімуму повних витрат на будівництво та подальшу експлуатацію складів і транспортні витрати з доставки й відправлення вантажів. У кошторис будівництва складів мають бути включені початкові інвестиції на розвиток транспортної мережі та можливі експлуатаційні витрати, понесені на доставку продукції до місця зберігання та її відправлення до споживачів у процесі реалізації.

Ефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції значною мірою залежить від формування, розвитку та вдосконалення логістичної системи у мережі оптової і роздрібної торгівлі.

У виборі логістичного варіанта товароруку на ринку сільськогосподарської продукції вагоме значення має розрахунок потреби в товарах. Необхідно мати на увазі, що головною проблемою зазначеного

розрахунку є те, що потреба є динамічною в обсягах і часі. Тому, основним завданням збутової логістики мають стати вибір схеми розподілу матеріальних потоків з урахуванням розміщення розподільних центрів і організація доставки вантажів.

Вироблена сільськогосподарськими товаровиробниками, овочева продукція незалежно від їх організаційно-правової форми господарювання та форми власності і масштабності, підлягає розподілу через купівлю-продаж. Цей розподіл не завжди є прозорим, організованим і не завжди відповідає об'єктивності рівномірного забезпечення овочевою продукцією населення окремих населених пунктів, територій і регіонів. Це зумовлено тим, що найскладнішою проблемою на ринку сільськогосподарської продукції є вирішення завдання з доставки овочевої продукції до споживача.

Реалізація продукції можлива як з використанням власних транспортних засобів самого виробника, так і спеціалізованих транспортних засобів. Транспортна логістика передбачає комплекс завдань, пов'язаних з організацією переміщення вантажів транспортними засобами. Завданням транспортної логістики є забезпечення узгодженості дій безпосередніх учасників транспортного процесу з доставки вантажів визначеним споживачам і в конкретний час. В основному доставка вантажів на ринку сільськогосподарської продукції здійснюється за допомогою автомобільного транспорту. Частка транспортних затрат на перевезення у вартості продукту є високою і складає близько 30 %.

Транспортна логістика спонукає користувачів транспортних засобів забезпечувати повне використання вантажопідйомності транспортних засобів. Для цього на ринку сільськогосподарської продукції з метою повного використання вантажопідйомності може відбуватися поєднання окремими користувачами перевезення вантажів різного асортименту за умов, якщо маршрут руху перевезення різних вантажів збігається. За таких обставин значно підвищиться коефіцієнт використання вантажопідйомності транспортного засобу. Його можна визначити за формулою

$$K_B = \frac{Q_B}{Q_T}, \quad (5.6)$$

де Q_B – маса перевезеного вантажу, т;

Q_T – вантажопідйомність транспортного засобу, т.

Підвищення коефіцієнта вантажопідйомності транспортного засобу позитивно впливає на коефіцієнт корисного пробігу автомобіля, який визначається за формулою

$$K_{КП} = \frac{L_B}{L_3}, \quad (5.7)$$

де L_v – пробіг автомобіля з вантажем, км.;

L_3 – загальний пробіг автомобіля, км.

Ефективність транспортної логістики визначається низкою її складових і залежить від виду транспорту, організаційної роботи на складах, затрат часу на вантажно-розвантажувальні роботи, стану дорожньої мережі, правильності вибору маршруту, плану перевезень і черговості доставки вантажів до мережі споживачів. Усі ці складові рівною мірою визначають собівартість перевезених вантажів.

Повна собівартість перевезених вантажів охоплює постійні та змінні витрати, витрати на вантажно-розвантажувальні роботи і собівартість 1 тонно-кілометра:

$$V_{\Pi} = V_{\text{пост}} + V_{\text{зм}} + V_{\text{вр}} + C, \quad (5.8)$$

де $V_{\text{пост}}$ – постійні витрати, тис. грн;

$V_{\text{зм}}$ – змінні витрати, тис. грн;

$V_{\text{вр}}$ – витрати на вантажно-розвантажувальні роботи, тис. грн;

C – собівартість 1 т.км, тис. грн.

Наявність проблеми транспортної логістики в галузі овочівництва зумовлена низкою специфічних особливостей використання транспорту, найважливішими з яких є:

- значущість овочів, як продукту харчування, вимагає забезпечення постійної їх наявності в торговій мережі;
- виробники реалізують продукцію з метою одержання постійних грошових надходжень;
- широкий асортимент вироблюваної продукції та технологічні відмінності у збиранні й транспортуванні;
- необхідність значних додаткових затрат на сортування та пакування;
- продукція є низькотранспортабельною, що не дозволяє в повному обсязі використати вантажопідйомність транспортних засобів;
- частина асортименту піддається швидкому псуванню, що зумовлює потребу в негайній її реалізації;
- майже весь асортимент вимагає транспортування в затареному вигляді;
- низький рівень механізації вантажно-розвантажувальних робіт;
- високі затрати праці і часу на навантажувально-розвантажувальних операціях;

- транспорт використовуються лише в односторонньому напрямі перевезення;
- зустрічаються випадки зворотного транспортування овочевої продукції по одному й тому ж маршруту, але іншим транспортом;
- завезення продукції в роздрібну торгівлю в основному забезпечується малотоннажним транспортом;
- ймовірний ризик втрат продукції під час транспортування та зниження її якості;
- під час доставки продукції до споживачів використовуються різноманітні види транспорту низки учасників: виробників, посередників, заготівельників, торгових організацій, споживачів тощо.

За наявності такої великої кількості специфічних особливостей, пов'язаних із транспортуванням овочів від виробника до споживача, вибудувати конкретний логістичний механізм для кожного окремого виду та обсягу продукції є завданням практично неможливим.

Логістику транспорту, на наш погляд, можна розглядати як загальний підхід до логістики розподілу виробленої продукції всіма виробниками і прийняти лише, як „запас” (табл. 5.1). „Під системою управління запасами в логістиці слід розуміти сукупність принципів, правил, заходів та засобів обліку, контролю, планування та організації руху товарів у часі та просторі як за загальним обсягом, так і за їх структурою” [10, с. 257].

Таблиця 5.1

Баланс потреби і фактичного виробництва овочевої продукції в аграрному секторі економіки Львівської області*

Продукція	Річна норма споживання **, кг/особу	Річна потреба, ц	Фактичне виробництво, ц	Різниця, +,-
Капуста	42	1066800	2189317	+2082637
Огірки	15	381000	265262	-115738
Помідори	25	635000	87434	-547566
Буряки столові	18	457200	549636	+92436
Морква	13	330200	452922	+122722
Цибуля	11	279400	287814	+8414
Часник	5	127000	72330	-54670
Баштанні	21	533400	205650	-327750
Інші	11	279400	370419	+91019
Разом	161	4089400	4480784	+391384

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

** За даними Українського науково-дослідного інституту харчування.

Як свідчать дані розрахунків населення Львівської області недостатньо забезпечене огірками, помідорами та баштанними культурами власного виробництва. Ці види продукції традиційно завозяться з південних областей України або імпортуються.

На жаль, у процесі завезення може бути використаний лише маятниковий маршрут, за якого транспортні засоби завантаженими продукцією рухаються лише в одному напрямі, тобто, наприклад, з Півдня, що значно знижує ефективність використання транспортних засобів. Коефіцієнт корисного пробігу за таких умов не перевищує 0,5. За використання маятникового маршруту заготівельникам Львівщини для забезпечення населення області огірками для споживання відповідно до раціональних норм необхідно використати не менше ніж 1500 транспортних одиниць тоннажністю 8 т.

Ще більшою є потреба в транспорті для завезення помідорів з південних областей України. Для перевезення необхідної кількості, 54756,6 т помідорів, яких не вистачає для повноцінного харчування, потрібно залучити близько 7000 транспортних одиниць тоннажністю 8 т. Це зумовлює високі транзакційні витрати. Лише на пальне, за рівня цін 2014 р., затрати складатимуть близько 45 – 50 млн грн.

Натомість в області спостерігається велике перевиробництво овочів – капусти, моркви та буряків столових. Їх можна частково перерозподілити для потреб населення інших регіонів країни або використати на корм худобі. Перерозподілу овочевої продукції для повноцінного забезпечення населення потребує і сама Львівська область. Наприклад, жителі Турківського, Сколівського, Старо-Самбірського та інших районів не в змозі забезпечити себе всіма видами овочевої продукції власного виробництва достатньою мірою. Цю продукцію доводиться завозити з оптового ринку або безпосередньо від сільських товаровиробників інших районів, де концентрація посівів овочів є достатньо високою. Відстані можуть перевищувати і 75 км.

Навіть розподіл продукції „з поля” можна представляти як елемент складської логістики, для здійснення якого необхідно приймати комплекс рішень з оптимізації товароруку. Це зумовлено тим, що продукція з поля може заговлятися як оптовими закупівельниками, так і фізичними особами з метою спрямування її у роздрібну торгівлю.

Дані соціологічних досліджень показують, що лише 25 % господарств населення та 40 % дрібних товаровиробників, у тому числі фермерських господарств, спроможні доставити продукцію на оптовий або торгові ринки власним транспортом, частина господарств населення – а це близько 2 % -

довозять на торгові ринки продукцію громадським транспортом. Близько 42 % господарств населення та дрібних товаровиробників реалізують овочеву продукцію безпосередньо з поля посередникам-закупівельникам, які власним транспортом доставляють її до місць реалізації, і майже всі крупні товаровиробники постачають овочеву продукцію власним транспортом згідно з договорами з організаціями громадського харчування і переробними підприємствами.

Завезення може відбуватися як безпосередньо у торгові точки, так і на оптовий регіональний ринок, звідки вже безпосередньо буде спрямовуватися у роздрібну торгівлю (рис. 5.4).

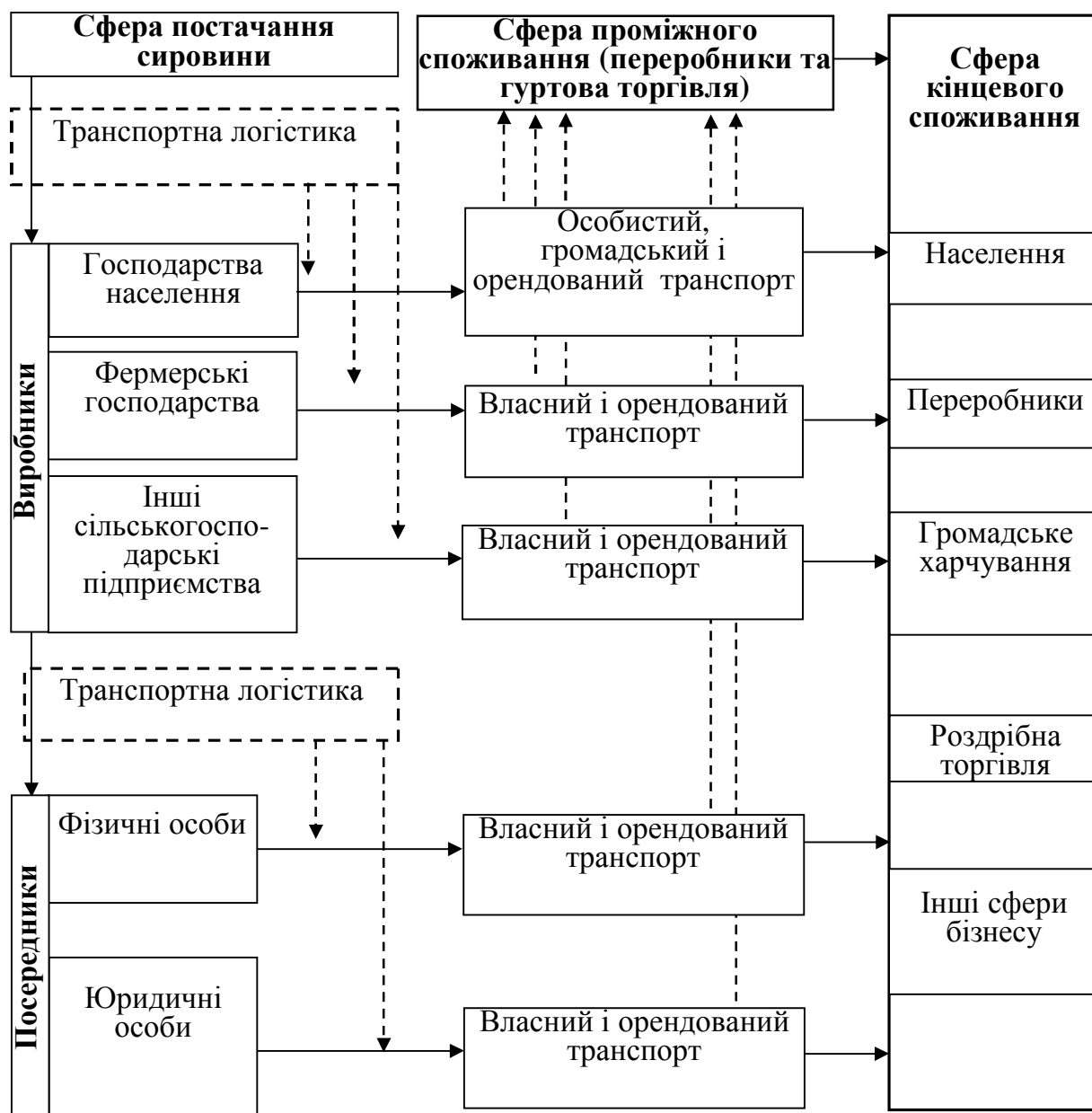


Рис. 5.4. Логістична модель постачання сільськогосподарської продукції на ринок усіма його учасниками.

Обсяг експлуатаційних витрат може суттєво змінюватися залежно від місця виробництва продукту і точки його реалізації. За умов, коли виробник із сировинної зони доставить продукцію на оптовий ринок, а посередник доставлятиме роздрібному продавцю за тим самим маршрутом, але вже у зворотному напрямі, то це є нераціональним і транспортні витрати накладуться, що призведе до їх збільшення, а оплатить усе кінцевий споживач. Тому раціональним буде вибраний маршрут доставки товару до споживача, якщо його використання не передбачатиме двостороннього перевезення продукту одним і тим ж маршрутом.

Одним із шляхів скорочення та оптимізації трансакційних витрат є раціоналізація транспортно-вантажних перевезень, що являє собою низку заходів, спрямованих на належне і своєчасне надання та виконання транспортних послуг із вантажних перевезень. Важливе значення має концентрація вантажопотоків, налагодження та формування економічних відносин.

Втрати від нераціональних перевезень зумовлені насамперед нехтуванням транспортно-дорожнього чинника у розміщенні та спеціалізації сільськогосподарського виробництва як на місцевому, так і регіональному рівнях. Логістика як засіб покращання організації управління потоками, а також здійсненням операцій оптимізації витрат значно розширює можливості посередницьких організацій у забезпеченні товароруку.

Аналіз динаміки забезпечення овочевою продукцією населення Львівської області свідчить про нарощування частки імпорту. Це потребує вдосконалення системи управління для рівномірного забезпечення споживачів на засадах логістики.

Для транспортування овочевої продукції від виробника до місць збуту, враховуючи оптовий і торгові ринки, магазини, підприємства громадського харчування тощо, використовуються різні види транспорту, різної тоннажності, різні маршрути тощо. Але очевидним є те, що рух продукції переважно відбувається за окремим асортиментом і за маятниковим маршрутом, при якому завантажений автомобіль доставляє одним рейсом продукцію в одну торгову точку і повертається до виробника чи постачальника на завантаження для відправки продукції в іншу точку, що зумовлює неабияке збільшення залучення транспортних засобів, чисельність яких може сягати сотні тисяч одиниць.

Висока насиченість торгової мережі, що вимагає формування розмаїття маршрутів з урахування використовуваних під час реалізації овочів транспортних засобів, різних за тоннажністю, мобільністю, потребує використання досконалого логістичного транспортного механізму у

своєчасній доставці овочів у визначені місце і час за умов низьких експлуатаційних витрат. Тому розробити загальний логістичний механізм управлінням всім транспортним комплексом робіт з реалізації продукції, навіть у масштабах одного адміністративного району чи міста, є досить складним завданням і реальність його виконання може бути під великим сумнівом.

Логістика транспортних перевезень має формуватися і відбуватися в кожному окремому випадку з урахуванням виду транспорту, його тоннажності, обсягу перевезеного вантажу та асортименту продукції, напряму маршруту, часу й місця доставки, кількості залучених людей для навантажувально-розвантажувальних робіт тощо. До того ж вона має бути спрямованою на можливість підвищення коефіцієнта корисного пробігу, зниження витрат і часу на перевезення одиниці продукції та часу перебування транспорту в обороті. Суттєвим чинником у забезпеченні своєчасної доставки продукції є правильний вибір транспортного засобу, який мав би відповідати таким вимогам: висока маневреність і швидкість руху, мобільність, надійність, доступність швидкого навантаження і розвантаження.

Задіяна логістика з урахуванням зазначених вимог повинна впорядкувати управління організацією матеріальних потоків, які починаються з часу виробництва продукції і завершуються доставкою її до споживача з урахуванням як інтересів постачальника, так і партнера – споживача. Той постачальник, який буде застосовувати методи логістики, спрямовані на покращання постачання продукції з найменшими затратами на її одиницю виступатиме надійним інструментом для підвищення конкурентоспроможності на товарному ринку.

Отже, основними завданнями логістики є мінімізація транспортних витрат, скорочення витрат, максимальне завантаження складських потужностей, забезпечення безперервності виробничих процесів, мінімізація незавершеного виробництва, зменшення витрат на завантаження, перевантаження та утримання складських запасів, високе забезпечення уподобань споживачів, висока поінформованість споживачів про асортимент, мінімальний вплив на навколишнє середовище. Збалансування обсягів виробництва і споживання на ринку сільськогосподарської продукції в межах країни можливо забезпечити за рахунок міжрегіонального перерозподілу продукції, яка вирощується в різних регіонах, за допомогою створення та функціонування логістичного механізму, об'єкти якого мали б забезпечити зберігання та реалізацію сільськогосподарської продукції.

5.2 Диверсифікація та правове забезпечення діяльності оптового ринку сільськогосподарської продукції

Природна специфіка сільськогосподарського виробництва спричинює розбіжність у часі створення відповідних обсягів натуральної продукції галузі рослинництва потребам споживачів, що зумовлює в окремі періоди її надлишок на ринку сільськогосподарської продукції, а в інші – нестачу. До того ж у період збирання основних видів продукції рослинництва, як правило, на ринку спостерігається надмір обсягу і не вся вироблена продукція реалізується, а лише окрема її частка. Відтак частина її складається підприємствами у власних і не зовсім пристосованих приміщеннях, що зумовлює її втрати та значні матеріально-грошові витрати виробників на зберігання. За таких умов відбувається часовий розрив між моментами виробництва, реалізації та споживання продукції сільськогосподарських товаровиробників.

З розвитком ринкових відносин в Україні найбільшому руйнуванню піддалася оптова ланка просування сільськогосподарської продукції від виробника до споживача. У системі розподілу з'явилася когорта посередників, які стали засобом скорочення або подовження руху продукції до споживача, спричинили збільшення маркетингової складової ціни і присвоювали ту левову частку доходу, що по праву належала виробникам. У результаті відсторонення сільськогосподарських виробників від збутової діяльності було втрачено безпосередню їх участь у ринковому ціноутворенні, і особливо на основні види тваринницької продукції, знизилася повернення їх вкладень, що стало перешкодою відтворювальних процесів в АПК.

Найважливішою умовою для сільськогосподарських товаровиробників є формування ціни на їх продукцію, яка б забезпечила відшкодування витрат і необхідний обсяг прибутку на вкладений основний і оборотний капітал. Відшкодування витрат і одержання прибутку – це реальні вимоги товаровиробників, і вони можуть бути задоволені лише на ринку сільськогосподарської продукції.

За економічною суттю ринок сільськогосподарської продукції є начебто саморегульованою системою відтворення. Структурні елементи економічних відносин формуються на основі прямих і зворотних зв'язків його учасників, перебувають і відбуваються під впливом платоспроможного

попиту і пропозиції.

Розширення функціонування ринку сільськогосподарської продукції супроводжується перебудовою системи ціноутворення та обороту товарів і створення ринкових структур. Відносини на ринку сільськогосподарської продукції розвиваються на основі механізму, що забезпечує їх регулювання між учасниками обміну. Елементи ринкового механізму – попит і пропозиція та організація відносин, спрямованих на прозоре ціноутворення, мають:

- відповідати суспільним потребам;
- забезпечувати розвиток підприємницької діяльності;
- підвищувати економічну зацікавленість товаровиробників;
- сприяти встановленню ділових контактів між виробниками і споживачами;
- сприяти накопиченню достовірної економічної інформації для прийняття необхідних рішень.

Ринок сільськогосподарської продукції обслуговує всі галузі національної економіки, підприємства, організації та різні структури, які забезпечують виробництво, переробку аграрної продукції та її рух до споживача. У цьому ланцюгу одні учасники підпорядковані інтересам і основним вимогам ринку, що виробляти і скільки, а інші занепокоєні інтересами, за якою ціною і кому продавати.

За економічною природою і функціонуванням, ринок сільськогосподарської продукції спонукає, сприяє, створює і забезпечує умови формування й розвитку у сільському господарстві товарного виробництва. Через систему інфраструктурних елементів, важливим серед яких є торговельна мережа, сільськогосподарська продукція надходить на споживання населенню в натуральному вигляді, а інша її частина спрямовується для переробних галузей як сировина.

Для аграрних виробників ринок сільськогосподарської продукції є об'єктивною необхідністю у сфері їх економічної діяльності. Його функціонування ґрунтується на суперництві учасників, вільному пошуку і використанні ресурсів, виробництві кінцевого продукту і свободі вибору споживачів. Виробники через вигідну ціну орієнтуються одержати максимальний прибуток, тоді як споживачі в умовах дії досконалої конкуренції намагаються задовольнити свої потреби, витративши менше коштів. Відносини на ринку будуються на основі товарного обігу, у процесі якого проявляється його регулююча функція стосовно виробництва, обміну, розподілу і споживання і за рахунок цього відбувається розширення або звуження попиту і пропозиції.

Рух товарів на ринку сільськогосподарської продукції забезпечує своєрідний механізм. Між його складовими, основними з яких є ціна, попит і пропозиція, існує тісна взаємозумовленість і взаємозалежність. Кожен із них у певній ситуації виступає мотивом і спонукає до виникнення причинно-наслідкових явищ на ринку сільськогосподарської продукції і загалом у суспільстві. Пропозиція в обсязі й асортименті вироблених товарів та їх ціна формують попит, а попит визначає кількість і структуру виробництва. Встановлення рівноваги між попитом і пропозицією є своєрідним індикатором збалансованості суспільного виробництва та обміну на ринку сільськогосподарської продукції, а їх співвідношення формує відхилення ціни від вартості товару.

Проте в процесі реалізації сільськогосподарську продукцію супроводжують суб'єктивні негативи, зокрема зниження якості продукції, втрати і зменшення її обсягів, зниження ціни під час закупівлі, незадовільні форми і умови оплати, неадекватність умов співпраці товаровиробників і споживачів тощо. Ці чинники мали і мають місце у відносинах між виробниками сільськогосподарської продукції, посередницькими структурами та підприємствами з її переробки і нині. На цьому тлі крупні аграрні підприємства змінили структуру виробництва і стали вирощувати менш затратні і більш конкурентоспроможні культури, такі як зернові, ріпак, кукурудза тощо, а виробництво видів овочевої продукції перемістилося у сектор господарств населення і вони стали, основними виробниками картоплі, капусти, моркви, столових буряків, огірків та інших сільськогосподарських культур.

Становище, в якому опинилися господарства населення, та й невеликі фермерські, потребує вдосконалення ланцюга руху продукції сільських товаровиробників на умовах злагодженої співпраці зі споживачами на засадах еквівалентності та взаємовигідного обміну. Взаємовигідна співпраця мала б забезпечити надійність обміну та зменшення трансакційних витрат виробників і достатню забезпеченість споживачів продуктами харчування.

Формування продукції на продаж і її реалізація для невеликих господарств населення, у яких незначні обсяги виробництва, пов'язані зі складнощами організаційного і фінансово-економічного характеру. Ні переробні підприємства, ні оптовики не зацікавлені у закупівлі аграрної продукції дрібними партіями. З іншого боку, на рівень товарності продукції всіх господарств населення негативний вплив має цілий спектр чинників. Найсуттєвішими з них є обмежена доступність до ринків збуту через значні відстані, брак належної інформації про попит і пропозицію й ціну на окремі

види продукції, відсутність транспортних засобів, заготівельних пунктів, слабка забезпеченість складськими приміщеннями і сховищами.

У зв'язку з цим нині значна частина сільських виробників реалізують картоплю й овочеву продукцію безпосередньо з поля через комерційних посередників невеликими партіями і за цінами, які встановлюються бізнесменами. Випадковий попит з боку посередників змушує виробників формувати пропозицію в умовах слабкої поінформованості про стан на ринку, обмеженості часу та поспішності у формуванні її обсягів, що не завжди відзначається високим рівнем якості і в кінцевому результаті ускладнює відносини між виробниками, комерційними структурами і споживачами.

Для забезпечення протягом року безперебійного надходження до споживачів продукції відповідного асортименту і якості та зменшення втрат, особливо в період міжсезоння, на ринку сільськогосподарської продукції необхідно створити умови покращання товаропросування. У процесі товаропросування мала б формуватися система зв'язків та відносин між учасниками з використанням мережі додаткових елементів інфраструктури. таких як: склади, сховища, холодильні установки тощо, які забезпечували б зберігання, виконували допоміжні організаційні і технологічні операції з фасування і доведення продукції до відповідних стандартів, які фактично були б ізольованими від інших у кожному сегменті ринку сільськогосподарської продукції. Товаропросування – це складний організаційно-технологічний процес доведення виготовлених товарів від підприємств-виробників до кінцевих споживачів силами і засобами як самих виробників, так і комерційно-посередницьких формувань та елементів ринкової інфраструктури [67, с.214].

Процес руху продукції від виробника до споживача на ринку сільськогосподарської продукції є надто складним. Він зумовлений не лише зміною суб'єктів у поетапному передаванні прав власності на продукцію і здійсненні фінансових операцій, а й участю різних партнерів як за формою власності, так і за видом діяльності. Проблему посилює ще й слабка поінформованість виробників і споживачів про ціну на окремі види продукції, рівень попиту і пропозиції на окремий асортимент продукції, поведінку конкурентів тощо, що в кінцевому підсумку сповільнює і просування продукції на ринку.

Для ринку сільськогосподарської продукції Львівщини характерним є неорганізований та слабкий розвиток інфраструктури, неузгодженість у діях її елементів, що в багатьох випадках утруднює товарорух від виробників до споживачів. До того ж на шляху просування сільськогосподарської

продукції основними зацікавленими агентами в отриманні найбільш вигідного зиску є комерційні посередники. Дбаючи і спрямовуючи зусилля на одержання вищих прибутків, вони, того не усвідомлюючи, розширяють ринок і забезпечують максимально можливий доступ споживачів до продукції і цим самим стають, за відсутності інших структур, активною і вкрай необхідною ланкою руху продукції від виробника до споживача у сегменті продукту.

Львівська область, як і Україна в цілому, володіє цінним природним потенціалом, придатним для ведення аграрного виробництва. Родючі ґрунти і висока їх розораність, достатня кількість опадів і сума позитивних температур та висока густота населення створюють вигідні умови для виробництва багатьох видів сільськогосподарської продукції. Сільські населені пункти, розміщені майже рівномірно на всій території, з певною концентрацією населення навколо великих міст забезпечують інтенсивне використання землі. Відносна близькість до важливих ринків збуту та наявність транспортних артерій сприяють аграрним виробникам вдало експортувати вироблену продукцію.

Регіон характеризується розмаїттям сільськогосподарських утворень за формою власності. На території області функціонує 1490 аграрних суб'єктів різних організаційно-правових форм господарювання, у тому числі сільськогосподарських підприємств – 191 одиниця, господарських товариств – 103 одиниці, сільськогосподарський виробничий кооператив – 1, фермерських господарств – 956 одиниць та близько 320 тис. господарств населення. Для підприємств регіону властивим є виробництво різних видів продукції (табл. 5.2).

Як свідчать дані табл. 5.2, у підприємствах аграрного сектору економіки Львівської області виробництво основних видів сільськогосподарської продукції в динаміці має стійку тенденцію до зростання. У 2012 р. обсяги виробництва зернових культур зросли на 171,2 тис. т, а м'яса і молока одержано відповідно на 105,5 і 94,6 тис. т більше порівняно з 2010 р.

Упродовж 2010 – 2012 рр. спостерігається також позитивна динаміка зростання виробництва всіх видів овочевої продукції і картоплі. Причому темпи зростання виробництва картоплі є значно вищі, ніж окремих видів овочевої продукції.

Якщо у 2012 р. овочів одержано на 114,4 тис. т, то картоплі на 1765,1 тис. т більше проти 2010 р. Це піднесло імідж господарств населення, які стали основними виробниками цих видів продукції в області. Частка

виробництва овочів і картоплі господарств населення у структурі загальних обсягів області становить відповідно 94,0 і 96,4%.

Таблиця 5.2

Виробництво продукції сільського господарства всіма категоріями господарств Львівської області*

Показник	2010 р.			2012 р.			2012 р. до 2010 р., %	
	всього, тис. т	у тому числі господарства населення		всього, тис. т	у тому числі господарства населення		всього	у тому числі господарства населення
		тис. т	%		тис. т	%		
Овочі всіх видів	411,9	392,7	95,3	471,3	443,1	94,0	114,4	112,8
Капуста	188,8	184,9	97,9	221,0	211,7	95,8	117,1	114,5
Огірки	60,6	57,6	95,0	71,2	68,4	96,1	117,5	118,7
Помідори	17,6	14,3	81,2	21,6	18,5	85,6	122,7	129,4
Буряки столові	49,5	47,7	96,4	55,0	51,9	94,4	111,1	108,8
Морква столова	40,5	36,4	89,9	46,6	42,1	90,3	115,1	115,7
Цибуля на ріпку	25,5	24,9	97,6	30,1	28,0	93,0	118,0	112,4
Картопля	1258,8	1210,0	96,1	1830,8	1765,1	96,4	145,4	145,9
Зернові і зернобобові культури	622,6	298,6	48,0	1065,7	396,4	37,2	171,2	132,8
М'ясо всіх видів у живій вазі	165,1	95,9	58,1	174,1	93,1	53,5	105,5	97,1
Молоко всіх видів	656,2	633,3	96,5	620,6	595,0	95,9	94,6	94,0
Яйця від усіх видів птиці, млн шт.	576,7	440,7	76,4	519,9	456,7	87,8	90,1	103,6

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Нині, з переорієнтацією аграрних підприємств області на ринкові умови господарювання, докорінно змінилися організаційно-економічні засади функціонування галузей картоплярства і овочівництва. Пропозиція обсягів продукції господарствами населення формується не на основі маркетингових досліджень і не з урахуванням перспективного попиту, а виходячи з умов неорганізованого поточного виробництва. Тобто збільшення

обсягів виробництва картоплі відбулося не за рахунок розвитку галузі на основі використання нових машин, обладнання і технологій, що є практично неможливим придбанням, і застосування їх в умовах дрібномасштабного виробництва, а скоріш за рахунок виснаження ґрунтів або залучення додаткових ресурсів.

Ринкові ж засади саморегулювання виробництва і реалізації продукції, через належні умови організації дрібнотоварного виробництва та розвитку ринкової інфраструктури, і особливо транспорту й рекламно-інформаційного забезпечення, не спрацьовують. У зв'язку з цим переважна більшість господарств населення не має можливості вдало і своєчасно реалізувати вироблену ними продукцію.

З іншого боку, щоб уникнути додаткових затрат праці і зменшити транспортні витрати, виробники картоплі, як правило, намагаються реалізувати вирощену продукцію в період масового її збирання і як свідчать дані АПК-ІНФорм, саме в цей час реалізується близько 56% картоплі. Об'єктивно на ринку створюється високий рівень пропозиції. Відповідно в цю пору значна частина споживачів теж намагається заготовити належні запаси картоплі для споживання протягом зимово-весняного періоду, що у свою чергу породжує зростання попиту. Але, як правило, пропозиція значно перевищує попит і ціна, що формується на основі їх співвідношення, відповідно спадає. Про це свідчать дані оптового ринку "Шувар" м. Львова. У серпні 2010-2013 рр. ціна на картоплю була на дещо нижчому рівні порівняно з іншими місяцями року (рис. 5.5).

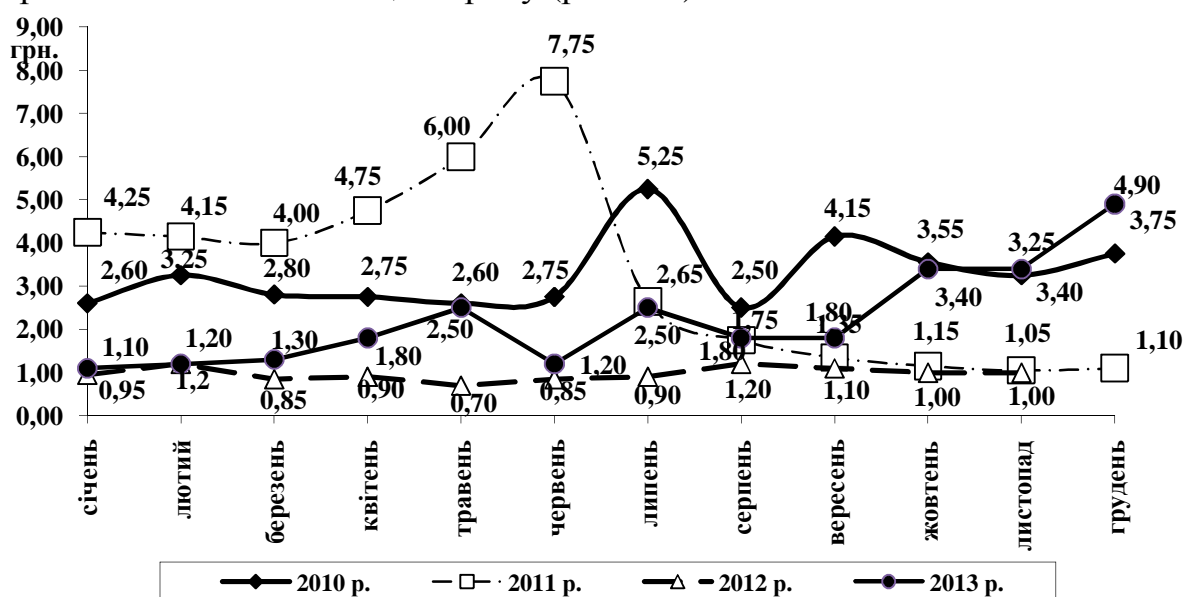


Рис. 5.5. Динаміка середньореалізаційної ціни картоплі на оптовому ринку сільськогосподарської продукції „Шувар”*.

* Джерело: розраховано автором на основі [343].

Збіг обставин, за яких пропозиція картоплі значно перевищує попит і знижується ціна, зумовлює небажання виробників реалізувати вироблену продукцію. Очікуючи більш вигідних умов реалізації, їм доводиться в господарствах власними силами зберігати картоплю в непристосованих приміщеннях. Це супроводжується втратами продукції й вимагає додаткових зусиль та матеріально-грошових витрат. До того ж попит на картоплю в зимово-весняні місяці незначний. За даними АПК-ІНФорм, протягом листопада – лютого товаровиробниками реалізовується лише 30-33% картоплі від обсягів споживання [339]. У зв'язку з цим значну частину урожаю виробникам доводиться спрямовувати на корм худобі.

Таблиця 5.3

Тандем виробництва і потреб продукції аграрного сектору економіки населення Львівщини, 2012 р.*

Вид продукції	Фактичні обсяги виробництва, тис. т	Необхідна кількість за раціональними нормами споживання, тис. т	Відхилення виробництва від необхідної кількості (+,-)
М'ясо і м'ясопродукти	174,1	201,9	-27,8
Молоко і молокопродукти	620,6	965,5	-344,9
Яйця, млн шт.	519,9	736,8	-216,9
Хліб і хлібні продукти	1065,6	256,6	+809,0
Картопля	1830,8	315,0	1515,8
Овочі і баштанні	471,3	409,1	62,2
Плоди, ягоди, виноград	93,9	228,7	-134,8
Цукор	834,5	96,5	+738,0
Олія	-	33,0	0

* Джерело: розраховано автором на основі [261; 282].

Як свідчать дані табл. 5.3, у галузі картоплярства спостерігається стійка тенденція до зростання обсягів виробництва і на фоні інших видів продукції аграрного сектору економіки фактичні обсяги картоплі значно перевищують потреби населення області відповідно до науково обґрунтованих норм споживання на одну особу. У 2012 р. обсяг виробництва картоплі становив на 1515,8 тис. т більше від потреби.

Аналіз балансу картоплі урожаю 2012 р. показав, що із загального одержаного обсягу всіма категоріями господарств на споживання було використано 24,2 %, годівлю худоби – 38,7 %, посадку – 19,1 % і втрати під час зберігання склали 11,5 %. За такими каналами, як реалізація продукції

переробним підприємствам та на експорт, операції не проводилися. Аналіз балансу засвідчує, що обсяги виробництва картоплі у 2012 р. перевищували потребу населення на споживання майже у 6 разів.

Специфіка використання картоплі, що пов'язано з харчуванням населення країни та використанням частини урожаю на насіння, спонукає виробників формувати значні обсяги на запас. У сільськогосподарських підприємствах у 2012 р. вони склали 37,5 і в господарствах населення – 1147,9 тис. т, або 64,7 % від загального обсягу виробництва. Відсутність відповідно обладнаних складів і сховищ спричинила досить великі втрати при зберіганні – 136,3 тис. т, що становить 11,5 %. Розрахунки показують, що за умов середньої ринкової ціни картоплі 2012 р. втрати виробників під час зберігання становили майже 150 млн грн, або з розрахунку на один гектар посівної площі 234 грн.

В умовах збільшення обсягів виробництва товарів і більш повного насичення ринку, ліквідації дефіцитності багатьох видів продукції у період збирання та зростання доходів населення покупці повинні віддавати перевагу придбанню їх не в сезон збирання, а в момент потреби протягом року.

Нині ставиться вимога для більш повного задоволення попиту населення, щоб у торговельній мережі були продукти не лише у потрібній кількості та асортименті, а й у потрібний для споживача час. Неврахування чинника сезонності виробництва підприємствами реалізації продукції призводить до перебоїв у товаропостачанні, відсутності у продажу продуктів, вироблених у достатньому обсязі, у період міжсезоння, втрат у товарообороті і в кінцевому підсумку до зниження соціальної ефективності функціонування національної економіки. Завданням торгової мережі в сучасних умовах має стати забезпечення динамічної рівноваги сукупного попиту і пропозиції, організації господарських зв'язків, створення раціональної системи товаропросування.

Поміж багатьох питань формування належної системи відносин у товаропросуванні, які б відповідали вимогам ринкової економіки, уможливили усунення слабких сторін та задовольнили потреби виробників, є створення нових або вдосконалення діяльності мережі існуючих підприємств і організацій торговельного спрямування, що забезпечують організацію товарних потоків, рух і реалізацію продукції фермерів і дрібних сільських товаровиробників у повному обсязі. Цього можна досягти, якщо вибудувати ланцюг руху продукції з визначенням основних його напрямів, з урахуванням прерогатив, кон'юнктури, потреб та встановленням певної ієрархії і залежності між окремими елементами ринку сільськогосподарської

продукції. Такими складовими є структури різного рівня, але серед найважливіших із них – оптові ринки сільськогосподарської продукції регіонального і місцевого значення.

Створення та діяльність оптових ринків сільськогосподарської продукції передбачає визначення норм та вимог функціонування всіх учасників такого ринку. Основною метою організації їх системи є врегулювання відносин між виробниками і споживачами аграрної продукції на основі обґрунтованого ціноутворення; організація, забезпечення і регулювання механізму фінансових взаємовідносин; організація руху товаропотоків і фінансових ресурсів; інформаційне забезпечення про кон'юнктуру ринку; організація і контроль за якістю продукції; розвиток та вдосконалення матеріально-технічної бази зберігання і реалізації сільськогосподарської продукції; підвищення рівня забезпеченості споживачів вітчизняною сільськогосподарської продукцією; збільшення обсягів експорту та зменшення її імпорту завдяки координації діяльності оптових ринків.

Оптові ринки покликані покращити зручності та умови прискорення просування сільськогосподарської продукції фермерських та господарств населення до роздрібною торгівлі і зменшення тіньового сектору товароруку. У контексті цього має бути конкретним і місце кожного сільського товаровиробника у цьому ланцюгу з визначенням обсягів і строків реалізації кожного виду продукції.

Формування порядку руху продукції з використанням оптових продовольчих ринків, як головного елементу інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, може забезпечити прозору і стабільну систему її вільного просування, знизити цінові ризики завдяки формуванню реальних цін і тим самим сприяти збільшенню доходів аграрних підприємств усіх організаційно-правових структур і форм власності. Усім іншим його інфраструктурним елементам визначається і відводиться допоміжна роль залежно від їх місця, дії і значення.

Важливим підґрунтям для створення й функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції є загал потреб і вигод, яких потребує як сторона виробників, так і споживачів (табл. 5.4).

Проте ринок сільськогосподарської продукції, на оптовому рівні, з низки об'єктивних причин не завжди в змозі самотійно раціонально і справедливо врегулювати відносини між виробниками і споживачами на користь останніх, що на сьогодні не врегульовано нормативно-правовими актами країни. У зв'язку з цим на державному рівні повсякчасно виникає необхідність удосконалення відносин за допомогою прийняття низки

нормативно-правових актів: законів Верховної Ради, указів Президента та постанов, програм і розпоряджень Кабінету Міністрів України.

Таблиця 5.4

**Чинники зумовленості створення оптових ринків
сільськогосподарської продукції**

Для виробників	Для споживачів
Інформаційне забезпечення про стан кон'юнктури ринку	Інформація про ціни та наявність продукції
Постійний контроль за якістю продукції	Конкурентне середовище і урівноваження цін на продукцію
Встановлення ціни реалізації, адекватної вартості товару	Можливість вибору товару відповідно до власних уподобань
Наявність досконалої конкуренції	Мінімізація кількості посередників
Можливість постачання та збуту сільськогосподарської продукції на ринку протягом цілого року	У разі купівлі великих партій – зниження ціни
Формування крупних партій продукції	Не обмежується можливість роздрібної торгівлі
Можливість налагодження довготермінових комерційних взаємовідносин	Концентрація продукції у визначеному місці та її наявність протягом року
Наявність інфраструктурних елементів та надання послуг з пакування і зберігання продукції	Використання закономірностей сезонного та добового коливання ціни
Встановлення торговельних місць та їх облаштування	Зростання кон'юнктури ринку
Формування реклами, промоція продукції	Контроль за санітарно-гігієнічними нормами
Встановлення чіткого графіка роботи	Проведення виставкових та рекламних акцій

Важливими, що сприяли розвитку оптових ринків, були прийняті: Закон України “Про оптові ринки сільськогосподарської продукції”; Постанова Кабінету Міністрів України “Про Концепцію розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції”, Державна цільова програма створення оптових ринків сільськогосподарської продукції тощо (рис. 5.6).

Більшість прийнятих нормативно-правових актів була спрямована на покращання функціонування ринку сільськогосподарської продукції, з одного боку, у площині вдосконалення його організаційно-економічного механізму, а з іншого – на зміцнення сталості зв'язків і вираження сутності між суспільно необхідною працею та цінами товарів за відносної відповідності попиту і пропозиції. Значна частина з них мала форму

прямого безпосереднього впливу на процеси та явища, що відбувалися на ринку сільськогосподарської продукції, і спрямовувалася на врегулювання взаємозалежності між попитом споживачів і пропозицією виробників.

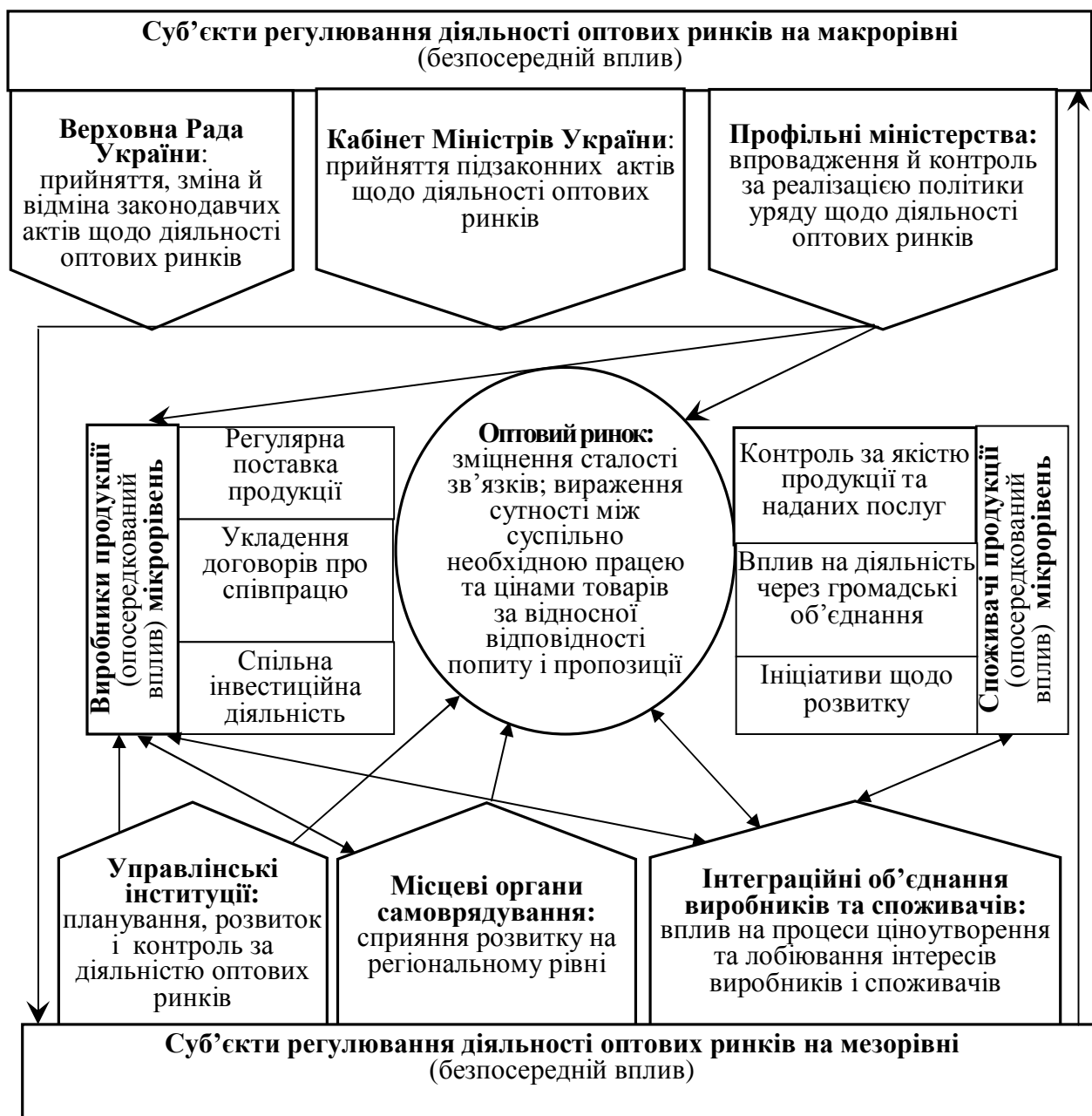


Рис. 5.6. Модель взаємодії регулювальних процесів у сфері правового забезпечення діяльності оптових ринків.

До того ж протягом часу незалежності в Україні була прийнята низка нормативно-правових актів, що мали опосередкований вплив на ринок сільськогосподарської продукції. Такими були: Закони України „Про зерно та ринок зерна”, „Про державну підтримку сільського господарства”, „Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року”, Указ Президента України „Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного

ринку” та ін. Вони законодавчо забезпечували становлення відносин на ринку сільськогосподарської продукції, у тому числі на оптовому рівні.

Відповідно до положень нормативно-правових актів, організація діяльності мережі оптових ринків мала б забезпечуватися: формуванням та веденням їх державного реєстру; наданням їм відповідного статусу; прийняттям відповідної нормативно-правової бази; контролем за їх діяльністю та дотриманням ними основних правил роботи.

Нормативно-правове регулювання діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції стало однією з основних функцій державного управління ними, що вимагало прийняття значної кількості нормативно-правових актів (табл. 5.5).

Таблиця 5.5

Кількість прийнятих нормативно-правових актів в розрізі окремих ринків, 2000 – 2013 рр.*

Вид ринків	Нормативно-правові акти	
	всього	у т.ч. дотаційного характеру
Оптові ринки сільськогосподарської продукції	7	-
Ринок зерна	75	10
Ринок овочів	4	1
Ринок картоплі	2	-
Ринок цукру	15	5
Ринок льону	4	1
Ринок молока	10	4
Ринок продукції тваринництва	12	3
Ринок продукції птахівництва	3	-
Всього	132	24

* Джерело: розраховано автором на основі [349].

Дані табл. 5.5 засвідчують, що найбільше було прийнятих нормативно-правових актів з питань розвитку ринку зерна, що складає 57 % від загальної їх кількості. Така увага сприяла розвитку зернової галузі і збільшенню обсягів виробництва зерна в країні, якого у 2013 р. було зібрано понад 60 млн т, що забезпечило входження України до числа основних його експортерів. Проте серед прийнятих нормативно-правових актів за весь період незалежності України не було нормативного документа стосовно формування й функціонування безпосередньо ринку сільськогосподарської продукції. „Державна цільова програма створення оптових ринків сільськогосподарської продукції” була спрямована на покращання розвитку

та функціонування оптових ринків. Передбачалося сприяння розвитку мережі оптових ринків наданням їм державної підтримки та переваг у вирішенні земельних питань та формуванням інвестиційної і кредитної привабливості.

За очікуваними результатами, ця програма, протягом 2009 – 2013 рр. мала б забезпечити формування сучасної їх мережі за допомогою створення організацій 25 оптових ринків, збільшення обсягів виробництва плодоовочевої продукції та створення близько 3 тис. робочих місць.

Орієнтовний обсяг коштів, необхідний для виконання вказаної програми, становить 4000 млн грн, у тому числі 1200 млн грн за рахунок державного бюджету. Решта коштів залучається з цією метою з інших джерел.

Важливим кроком у нормативно-правовому забезпеченні основних засад функціонування оптового ринку сільськогосподарської продукції стало прийняття у 2009 р. Закону України “Про оптові ринки сільськогосподарської продукції”. Особливістю цього закону є те, що його статті і положення визначають та регулюють відносини між споживачами і продуцентами, спрямовані на захист прав і законних інтересів сільських товаровиробників, які реалізують оптом продукцію, що вироблена ними. Він виділив оптові ринки сільськогосподарської продукції в окремий статус юридичної особи, надавши їм своїми положеннями пріоритетності і особливого стимулювання та державної підтримки й переваг під час виділення і отримання земельних ділянок, податкових пільг тощо.

У законі положеннями ст. 7 чітко окреслюється сфера послуг, які надають оптові ринки для організації оптової торгівлі продукцією. Його основною діяльністю є надання послуг і створення умов для торгівлі продукцією сільськогосподарських виробників. Основними напрямками його функціонування мають стати:

- створення учасникам відповідних умов для проведення товарних операцій;
- допомога у прискореному просуванні продукції від виробника до споживача;
- надання рівних умов, прав і можливостей для виходу на ринок усім виробникам, постачальникам і споживачам продукції;
- створення умов для забезпечення постачання населенню якісної сільськогосподарської продукції;
- забезпечення операторів продукції спеціально облаштованими робочими місцями;

- сприяння вітчизняним виробникам сільськогосподарської продукції у підготовці її до продажу;
- забезпечення достовірною інформацією операторів про кон'юнктуру ринку сільськогосподарської продукції та споживчу якість, рівень цін, попиту і пропозиції;
- сприяння вітчизняним товаровиробникам в одержанні максимальних прибутків від реалізації їхньої продукції;
- надання допомоги, у разі необхідності, документального оформлення купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;
- сприяння формуванню партій стандартизованої сільськогосподарської продукції;
- організація торгів, аукціонів, виставок, тренінгів, семінарів, конференцій, навчальних курсів, конкурсів;
- надання рекламних послуг;
- охорона майна операторів оптових ринків сільськогосподарської продукції;
- створення та підтримка функціонування системи інформаційного забезпечення оптових ринків сільськогосподарської продукції;
- надання учасникам оптових торгів послуг транспортних організацій за їх замовленням, послуг із зберігання товарно-матеріальних цінностей;
- забезпечення учасників оптових торгів необхідною вантажно-розвантажувальною технікою, вагово-вимірвальним обладнанням тощо;
- установлення контролю за якістю реалізованої продукції та за дотриманням правил торгівлі;
- організація охорони об'єктів оптового ринку, системи реєстрації учасників торгів, забезпечення робочих місць засобами зв'язку та протипожежної безпеки;
- створення спеціальних сервісних підрозділів: розрахунково-фінансового, інформаційного, юридичного, консультаційного, готельного господарства, транспорту та контролю за якістю продукції.

За своєю функціональною роллю послуги відповідають зазначеним напрямкам діяльності оптового ринку, але дискусійним моментом є комерційний характер наданих послуг, що містяться в положеннях ст. 7, де чітко вказано, що послуги „надаються на договірній основі”. Проте не визначені ні їх відсотковий коридор, ні принципи, ні методика формування цін на ці послуги. Суперечливість цих тез посилюють положення ст. 13 і 14, які передбачають надання оптовим ринкам, незалежно від їх форм власності, фінансової допомоги держави, на період становлення, „за рахунок

коштів Державного бюджету на безповоротній та/або поворотній основі”, а також „шляхом надання позик, кредитів та будь-яким іншим шляхом”.

Узаконено також пільги або спеціальний режим оподаткування. Проте, на нашу думку, якщо становлення й розвиток оптового ринку фінансово стимулюється і підтримується державою, то вартість його послуг мала би бути економічно обґрунтованою, контрольованою державою, лояльною до виробників сільськогосподарської продукції, які поставляють її на ринок, і не перевищувати 2-3% від вартості завезеної продукції.

Положеннями закону визначаються умови набуття юридичною особою та позбавлення її статусу „оптового ринку”, які, на нашу думку, мають доволі суб’єктивний характер, оскільки, згідно з вимогами ст. 4 цей статус надається лише „центральною владою, що реалізує державну аграрну політику, політику у сфері сільського господарства, на конкурсній основі в установленому Кабінетом Міністрів України порядку” і зовсім обмежується в процесі створення і їх становлення участь органів влади на регіональному рівні. Не зовсім зрозумілим є, яких конкурсних умов необхідно дотриматися його учасникам, якщо є чітко визначений пакет документів, необхідних для подання в центральний орган виконавчої влади, та порядок їх розгляду.

Суперечливими є й умови позбавлення юридичної особи статусу „оптового ринку”. Однією з підстав позбавлення юридичної особи цього статусу, як визначено положеннями закону, є „виявлення недостовірних відомостей, зокрема, розбіжностей між відомостями, викладеними в поданих юридичною особою для набуття статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції документах, та фактичними даними”, що суперечить самим умовам отримання даного статусу. Зазначений момент більше стосується умов відмови в одержанні статусу „оптового ринку”, ніж його позбавлення.

Встановлення цивілізованих ринкових відносин в Україні зумовлює необхідність формування системи реалізації продукції, адекватної світовим стандартам, з використанням системи оптових ринків сільськогосподарської продукції як її розподільних центрів. На нашу думку, є доцільним прийняття законодавчої норми про визначення ролі мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції на регіональному і локальному рівнях як розподільних центрів, що мали б виконувати місію єдиної ланки руху продукції та слугувати основним місцем і пунктом концентрації продукції сільськогосподарських товаровиробників.

Чинне законодавство стосовно державного управління діяльністю оптового ринку сільськогосподарської продукції не гарантує ефективності

його функціонування, оскільки вирішення проблем, які виникають при цьому, часто залежить від політичної, правової, зовнішньоекономічної, соціальної та економічної ситуації в цілому в країні. До того ж функціонування аграрного сектору, а отже, і ринку сільськогосподарської продукції, передбачає наявність високого ризику, від якого не можна убезпечити навіть найдосконалішим механізмом господарювання.

Тому на допомогу удосконаленню відносин між учасниками оптового ринку сільськогосподарської продукції, крім чинного законодавства, мають бути розроблені і прийняті внутрішні установчі документи. Наприклад, у ТзОВ „Шувар” розроблено і запроваджено механізм співпраці з органами місцевого самоврядування. Відповідно він зобов’язує адміністрацію оптового ринку РАЦ “Шувар” здійснювати збір інформації про місця концентрації виробництва плодоовочевої продукції, опитуючи виробників про обсяги, асортимент, урожайність культур та продуктивність тварин. Для цього укомплектовуються та видаються каталоги, періодичні спеціалізовані видання, довідники та інші інформаційні матеріали, що дають змогу виробникам дослідити кон’юнктуру ринку. Для заохочення сільськогосподарських товаровиробників до співпраці адміністрацією оптового ринку розроблена і запроваджена картка виробника, яка видається їм лише працівниками відділу маркетингу. Картка виробника видається і реєструється на транспортний засіб, з якого планується доставка і реалізація продукції на ринку. Власнику картки – учаснику програми лояльності надаються пільги на вартість заїзду і торгівлю на його території.

Основні умови взаємної співпраці з органами місцевого самоврядування прописані і затверджені „Договором про співпрацю та організацію взаємовідносин”. Згідно з цим договором товариство з обмеженою відповідальністю „Ринок сільськогосподарської продукції „Шувар” та сільська або селищна рада домовляються про створення сприятливих умов для реалізації сільськогосподарської продукції виробниками даної сільської території. З цією метою оптовий ринок „Шувар” зобов’язується надати органу місцевого самоврядування інформаційний щит для розміщення інформації про ціни на плодоовочеву продукцію на ринку, до 16.00 год. кожного дня передавати інформацію про ціни на плодоовочеву продукцію на ринку на електронну адресу органу місцевого самоврядування в електронній формі, на письмове клопотання голови органу місцевого самоврядування надавати виробникам знижку в розмірі 25 % на використання торгового місця. На нашу думку, таку практику відносин на оптовому ринку між адміністрацією і виробниками доцільно було б узаконити на державному рівні.

Такі заходи на державному рівні необхідні у зв'язку з тим, що оптові ринки сільськогосподарської продукції належать до групи підприємств, які, на відміну від інших господарюючих суб'єктів, функціонуючи на засадах взаємодії і співпраці, здатні залучати підприємства інших організаційно-правових форм та значну кількість фізичних і юридичних осіб. Основними їх партнерами є невеликі сільськогосподарські та фермерські господарства, господарства населення, переробні підприємства, посередницькі структури, приватні підприємці, підприємства роздрібної торгівлі тощо. Оптовий ринок – це є інфраструктура, що виражає механізм взаємодії покупців і продавців з метою встановлення ціни на товар та визначення обсягів реалізованої продукції. Відповідно до чинного законодавства України діяльність оптових ринків має бути спрямована на:

- зменшення тіньового сектора товароруку;
- створення раціональної та прискореної системи руху сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача;
- встановлення динамічної рівноваги сукупного її попиту і пропозиції; надання можливості для виходу на ринок усім постачальникам і споживачам сільськогосподарської продукції та скорочення її втрат;
- організацію та покращання зв'язків між господарюючими суб'єктами.

Оптові ринки мають також виконувати низку соціальних і економічних завдань, таких як, зміцнення продовольчої безпеки країни, забезпечення достатнього і раціонального рівня споживання населенням продуктів харчування відповідно до науково обґрунтованих норм, створення робочих місць та поліпшення зайнятості жителів міст і сіл.

Практика діяльності оптових ринків, що нині сформовані в окремих обласних центрах, доводить, що одним із заходів підвищення ефективності їх функціонування є не лише забезпечення умов реалізації продукції сільськогосподарських виробників регіону, а й сприяння і залучення реалізації продукції, завезеної з інших регіонів. Ця сфера діяльності мала б знайти відображення у нормативно-правовій базі. До того ж оптовий ринок, як правило, постійно розширює свою діяльність. За таких умов уможливиться вирішення низки соціальних і економічних завдань зокрема створення робочих місць та покращання зайнятості населення, покращання продовольчої безпеки країни, забезпечення достатнього рівня споживання населенням продуктів харчування.

Регіональні оптові ринки, під кутом зору стратегії розвитку аграрного сектору України, мають стати на перспективу не лише елементом інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, а й первинною ланкою і організаційно-технологічною одиницею економіки держави. На

регіональному рівні вони повинні перерости в аграрні центри, де покупці і продавці зможуть купити чи продати продукцію, провести розрахунки та одержати кредит, мати повну інформацію про ціни, попит та пропозицію на продукцію.

Відмінною особливістю, що характеризує встановлення і розвиток відносин на регіональному оптовому ринку сільськогосподарської продукції, є самостійне формування виробниками його кон'юнктури. Формування асортименту ринку аж ніяк не стикається з рівнем забезпечення потреб населення відповідної території, а лише з його платоспроможністю та фактом обсягів виробництва продукції.

Ефективність функціонування регіонального оптового ринку визначається гарантуванням збуту продукції сільськогосподарських товаровиробників за вигідною ціною, а для споживачів – запорукою придбання необхідної її кількості високої якості та прийнятною ціною.

Основною метою створення оптових ринків сільськогосподарської продукції є формування ефективного ринкового механізму з її реалізації та надання можливості всім виробникам і споживачам на конкурентній основі, з використанням контрольованості ринку та в результаті формування найвигіднішої ціни досягти кожному своєї мети. Зважаючи на те, що значна частина продукції сільського господарства безпосередньо використовується для харчування або переробляється і продукти переробки споживаються населенням як продовольство, то ринок сільськогосподарської продукції доцільно розглядати в контексті формування продовольчого ринку, здатного до регулювання на ньому відносин. Оптовий ринок є однією з найскладніших ринкових систем, охоплює сферу обігу майже всіх галузей національної економіки. Не зважаючи на сезонність виробництва в аграрній галузі, створені запаси сільськогосподарської продукції в інших галузях забезпечують постійне їх функціонування і споживання багатьох продуктів харчування.

Важливу роль у забезпеченні ідеології та технічних рішень з питань організації закупівлі, зберігання та розподілу сільськогосподарської продукції й продуктів її переробки споживачам; сприяння прискореному просуванню товару від товаровиробника до кінцевого покупця у торговельному ланцюгу; сприяння вітчизняним товаровиробникам в одержанні максимальних прибутків повинна відіграти Постанова Кабінету Міністрів України „Про оптові продовольчі ринки“ .

Основним завданням діяльності регіональних оптових ринків відповідно до чинного законодавства України має стати організація його функціонування на такому рівні, щоб максимально і повною мірою

забезпечити реалізацію представленої сільськогосподарськими виробниками продукції, зменшити тіньовий сектор товароруху; створити раціональну систему елементів інфраструктури для прискорення руху продукції від виробника споживача, сприяти встановленню динамічної рівноваги сукупного її попиту і пропозиції, надати рівноправні шанси для виходу на ринок усім виробникам і споживачам сільськогосподарської продукції та створити умови для налагодження економічних і торгових зв'язків між господарюючими суб'єктами.

Створені і нині діючі оптові ринки сільськогосподарської продукції в Україні, у тому числі й РСП „Шувар“, які набули статусу регіональних, організують свою діяльність переважно у формі сприяння і створення умов для співпраці партнерів по бізнесу та здійснення товарно-грошових відносин між ними. Вони забезпечують місце для зустрічі продавців і покупців, де кожен із них прагне досягти мети й вирішити свої завдання. Дії і взаємовідносини купівлі-продажу відбуваються на основі наявного попиту і пропозиції, узгодженої ціни та за умов досконалої конкуренції, вільного ціноутворення, економічної самостійності та рівноправності, і нині регіональні оптові ринки поки що не розглядаються на предмет диверсифікації їх діяльності, що сприяло б підвищенню ефективності товаропротосування і товарообміну.

За таких умов, на нашу думку, на сьогодні актуальним є питання необхідності підвищення ефективності функціонування оптового ринку РСП „Шувар“ за допомогою диверсифікації його діяльності. Доцільно ввести у практику закупівлю частини картоплі у товаровиробників у період масової пропозиції, щоб підтримати ціну на користь сільських товаровиробників, з подальшою її реалізацією споживачам у час зменшення пропозиції, за рахунок чого могла б забезпечуватися ціна на сталому рівні, але вже на користь споживачів.

З аналізу балансу галузі картоплярства випливає, що виробництво картоплі у сільськогосподарських підприємствах і господарствах населення перевищило потребу на харчування у 2013 р. майже на 1515,8 тис. т. Значна її частина (а це 900 тис. т картоплі) була використана на годівлю худобі. Високими виявилися і втрати під час її зберігання – близько 4 млн т. Досягнутий рівень виробництва картоплі не вселяє оптимізму сільським товаровиробникам на перспективу, оскільки велика її кількість з року в рік не реалізовується на ринку, навіть при достатньо невисоким ринкових цінах для них, що не дає можливості аграріям одержати відповідний дохід.

Виходячи з негативного співвідношення виробництва картоплі порівняно з потребами, подальший розвиток галузі в аграрних

господарствах області має ґрунтуватися на вдосконаленні структури посівів з раціональним узгодженням відповідності виробництва і реалізації продукції, включаючи експорт, або створення міжгалузевих зв'язків між відповідними функціональними сферами та формування їх як цілісної системи. Всесвітньо відомий економіст К. Маркс зазначав: "...завдяки утворенню для певних виробничих галузей об'єднуючих їх центрів виробництва... товар швидко переходить із однієї фази виробництва у другу; інакше кажучи, скорочується проміжний період, зменшуючи час перебування товару на проміжному етапі між однією фазою виробництва і другою, або скорочується перехід з однієї фази виробництва в другу" [128].

Затяжний характер кризи економіки країни свого часу став загрозою для розвитку міжгалузевих зв'язків, в умовах яких призупинили діяльність переробні підприємства, а згодом були ліквідовані. Виходом із ситуації могла б стати організація малих підприємств з переробки картоплі у складі аграрних формувань. Проте можливість започаткування переробки картоплі безпосередньо в місцях виробництва окремими підприємствами обмежується невідповідністю обсягів виробництва сировини у господарстві і потужністю переробного цеху, що негативно позначиться на обсязі і якості вироблюваної продукції, рівні продуктивності праці і витратах, які не можуть бути оптимальними. Тим більше, що за агротехнічними вимогами висока концентрація виробництва картоплі у господарствах і повернення посівів на поле швидше, ніж через три роки, не допускається. Тому запровадити виробничий цикл з переробки картоплі доцільно у місці високої концентрації її реалізації. І це, на наш погляд, може відбутися за рахунок диверсифікації діяльності оптового ринку „Шувар”, що стане одним із заходів підвищення ефективності його функціонування за умов проведення низки макро- і мікроекономічних заходів.

Стосовно цього положеннями Закону України „Про оптові ринки сільськогосподарської продукції” передбачено такі види діяльності, як: складування, зберігання, відвантаження та доставка партій сільськогосподарської продукції. На нашу думку, доцільним було б підняти питання і закріпити законодавчо діяльність оптових ринків як підприємств агропромислового комплексу, що продовжують процес виробництва сільськогосподарської продукції, обслуговують інших виробників за допомогою забезпечення обігу такої продукції.

Сприятливими умовами і підґрунтям для оптового ринку „Шувар” щодо будівництва цеху з переробки картоплі виступають і інші положення Закону України „Про оптові ринки сільськогосподарської продукції”, зокрема щодо участі держави в будівництві під'їзних шляхів до території

оптового ринку сільськогосподарської продукції, мереж водо- і електропостачання, інших комунікацій загального призначення та надання оптовим ринкам сільськогосподарської продукції земельних ділянок із земель державної та/або комунальної власності для їх розміщення.

Наявність цеху з переробки картоплі на крохмаль забезпечить певною мірою підтримання економічних пропорцій та встановлення динамічної ціни рівноваги на РСП „Шувар” протягом тривалого періоду як показника збалансованості попиту і пропозиції, що можна досягти завдяки закупівлі частини продукції у сільськогосподарських виробників силами оптового ринку в момент її високої пропозиції і переробці на крохмаль на власному або кооперативному підприємстві. З одного боку, цим буде забезпечено стабільність і підвищення ефективності функціонування оптового ринку як елементу інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, а з іншого – відбудеться інтегрування торговельної і переробної структури оптового ринку в постачальницько-сировинну галузь сільського господарства.

Розгортання переробки картоплі на крохмаль, який широко застосовується для технічних цілей у різних галузях промисловості: харчовій, хімічній, текстильній і паперовій, а також у домашньому господарстві для підкрохмалювання білизни, у кулінарії для випічки, згущення соусів, приготування киселів тощо, є вкрай потрібним. Основними напрямками використання крохмалю у харчовій галузі є: виробництво фруктово-ягідних киселів; згущувачів супів, соусів, підлив; деяких видів ковбасних виробів, сосисок та сардельок; стабілізація окремих видів кондитерських кремів тощо.

Широкий спектр використання крохмалю зумовлює необхідність щорічного зростання його виробництва у світі. Так, у 2012 р. всіх видів крохмалю вироблено на 2 млн т більше порівняно з 2010 р. Основними виробниками крохмалю є Китай, Таїланд, ЄС і США. Якщо загальна світова потреба крохмалю на рік у розрахунку на одну особу складає 2,6 кг, а в ЄС – 9,4, Японії – 10,4 і США – 12,6, то в Україні лише 1 кг. Попит на світовому ринку крохмалю в основному забезпечувався пропозицією дешевого одержаного з моніюки товару, виробництво якого зосереджене в країнах Південно-Східної Азії і Латинської Америки. Проте у 2010 р. у зв'язку з високим попитом його ціна на світовому ринку зросла на 66 % порівняно з 2009 р. [344].

Виходячи зі світової тенденції, в Україні необхідно збільшити обсяги виробництва крохмалю з метою розвитку інших галузей національної економіки, в яких він використовується як сировина.

Виробництво крохмалю і в Україні останніми роками зростає. Однак

якщо у 2011р. в Україні вироблено всіх видів крохмалю 56782 т, що на 19 % більше, ніж у 2010 р., то спожито відповідно на 72141 т, або на 13 %, більше, що сталося в основному за рахунок імпорту. У 2011 р. імпорт крохмалю в Україну перевищив його експорт майже у два рази, причому імпортовано крохмалю з картоплі 5179 т, тоді як експорт склав лише 81 т.

Основною сировинною культурою для виробництва крохмалю в Україні є кукурудза. Частка кукурудзяного крохмалю за обсягом виробництва в Україні з року в рік зростає і у 2011 р. сягнула 92,6 %, що на 8,6 пункта більше проти частки виробництва у 2010 р. Видова структура виробництва крохмалю в Україні у 2011 р. демонструє приріст до 2010 р. в розмірі 19% в середньому за всіма видами продукції. Найбільший приріст зафіксований у виробництві кукурудзяного крохмалю – 20%, що пов'язано із суттєвим збільшенням врожаю цієї культури в поточному році.

Частка ж крохмалю з картоплі в Україні становить лише 4,3 % від загального обсягу. Це зумовлює необхідність розвивати в Україні виробництво саме крохмалю з картоплі.

Основні етапи технологічного процесу виробництва крохмалю з картоплі зображені на рис. 5.7.

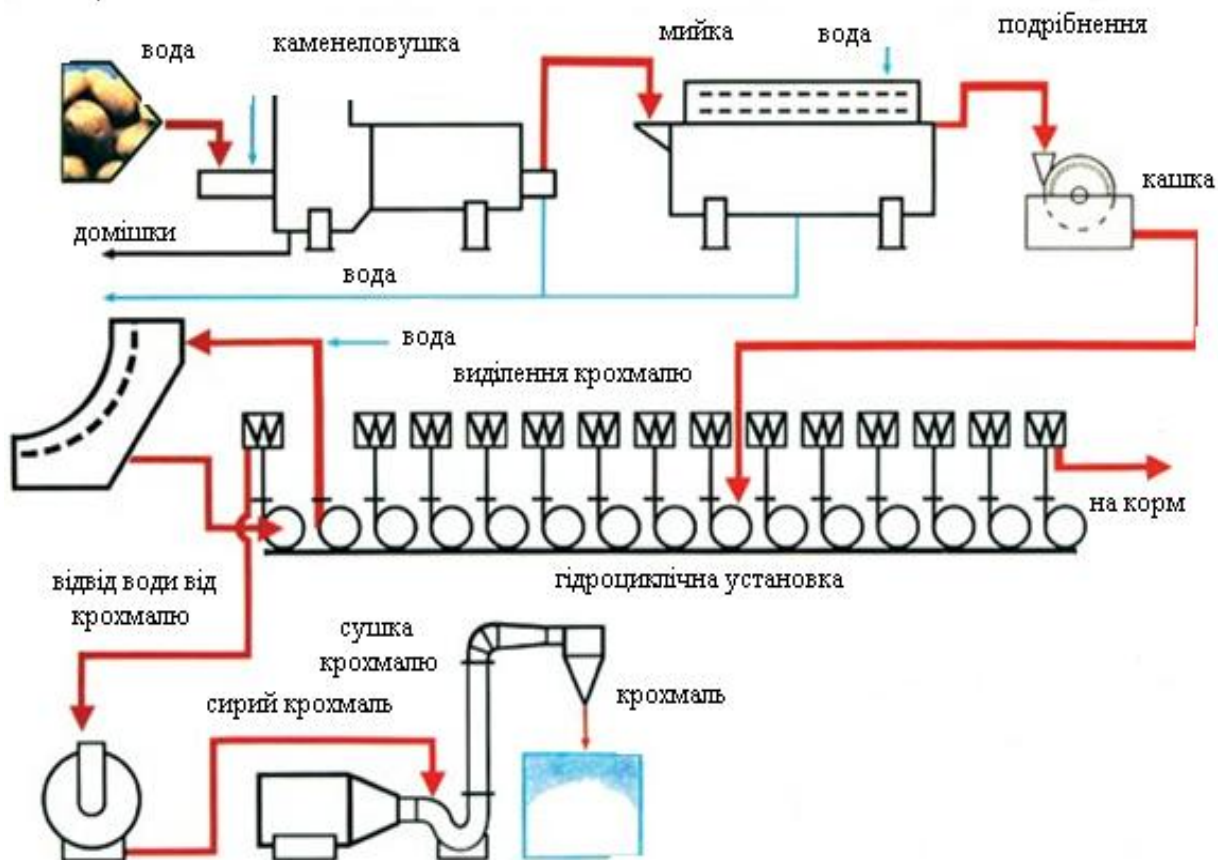


Рис. 5.7. Схема лінії переробки картоплі на крохмаль*.

* Джерело: побудовано автором на основі [345].

Технологічна лінія охоплює послідовно зв'язані між собою такі види обладнання: мийка-каменеловушка, мийка, картоплетерка, насос, накопичувач кашки, фільтр, гідроциклічна установка, збірник крохмальної суспензії, пісковий циклон, дугове сито, збірник-накопичувач крохмальної суспензії, відцентрова сушка.

Для розміщення обладнання з переробки картоплі на крохмаль передбачається будівництво приміщення розмірами 12 x 36 м. Запропоноване обладнання цеху забезпечує добову продуктивність переробки картоплі 50 т.

Згідно з технологією картоплю привозять з поля і вивантажують в звальну яму біля заводу, з якої вона конвеєром потрапляє на барабан сухої очистки від землі та домішок. Очищену картоплю переміщують до оперативного складу місткістю близько 100 тис. т на випадок несприятливої погоди та для забезпечення безперебійності роботи заводу.

З оперативного складу розподілена по лотках картопля під тиском води надходить до мийних барабанів для повторного очищення. Після промивання, чиста картопля, готова до переробки, висипається в ємність з якої норіями потрапляє на теркову машину. Отримана кашка відправляється на центрифугу, де відокремлюється картопляний жмих. Рідина, що залишилася і є картопляним молочком, потрапляє на циклони, де апарати відділяють фруктовий сік, виокремлюючи крохмальне молочко яке потрапляє на завершальний етап виробництва.

Молочко проходить чотири ємності, в яких відбувається промивання та виділення відходів. Одержана речовина надходить на вакуум-фільтр для сушіння до вологості 35-40 %. Температура крохмалю в процесі сушіння не повинна перевищувати 45°C. Сушіння забезпечується температурою сушильного агента не вище 180-200°C. З вакуумного фільтра речовина надходить ще на одне просушування і просушується до вологості 13-15 %. Після цього крохмаль потрапляє в резервуар для накопичення й фасування. Картопляна мезга із соком використовується на годівлю худобі.

Для будівництва цеху виготовлення крохмалю з картоплі на оптовому ринку сільськогосподарської продукції „Шувар” необхідно виділити майданчик розмірами близько 50 x 100 м, на якому мають розмістити: приміщення цеху, склад готової продукції, оперативний склад та сховище картоплі (табл. 5.6).

Для техніко-економічного обґрунтування і розрахунків будівництва приміщення цеху, складу готової продукції, оперативного складу та сховища використано нормативи [60] (табл. 5.7).

Розрахункова вартість будівництва приміщень та обладнання цеху з переробки картоплі на крохмаль*

Вид робіт, назва та марка машини	Площа, м ² / шт.	Вартість будівництва 1 м ² , грн / ціна шт., тис. грн	Вартість приміщень, тис. грн
Будівництво приміщення цеху	450	1240,0	1584,0
Будівництво складу готової продукції	150	1240,0	686,0
Будівництво сховища	280	1850,0	1200,0
Будівництво оперативного складу картоплі	240	810,0	450,0
Соломолушка СБГМ-1	1	250,0	250,0
Насос водокартопляний Ш5-ПН2-К-200	1	121,7	121,7
Картоплемийка КМ-100	1	302,5	302,5
Каменелушка РЗ-ЛТП-62	1	285,0	285,0
Водовідокремлювач РЗ-ПВ-200	1	225,0	225,0
Автоматична вага для картоплі ДКР	1	190,0	190,0
Картоплетерка Zт-300	1	230,0	230,0
Безнапірне дугове сито РЗ-ПРД-1	1	170,0	170,0
Шнекова центрифуга ОГШ	1	520,0	520,0
Сушка Ш5-ППС-25	1	570,0	570,0
Гідроциклон для виділення піску ГП-100	1	500,0	500,0
Прес для мезги ZPE-1/1	1	355,0	355,0
Вартість обладнання, всього	-	-	3243,5

* Джерело: власна розробка автора на основі [60].

Для ефективного функціонування цеху з переробки картоплі на крохмаль на оптовому ринку „Шувар” планується провести комплексне вивчення ринку та його місткості, дослідити стан та динаміку споживчого попиту на крохмаль, використовувати рекламу та засоби масової інформації для поліпшення збуту продукції, визначити оптимальний товарний асортимент продукції та забезпечувати постійне оновлення рецептури, здійснювати прогнозування цін та пошук і правильний вибір каналів збуту продукції.

Вважають, що основними потенційними покупцями стануть підприємства паперової, харчової промисловості, організації та установи громадського харчування, продовольчі магазини, посередницькі структури та населення.

Розфасовку передбачається проводити з урахуванням зручності для споживачів, забезпечення безпечності та збереження якості продукції. Розфасування продукції планується здійснювати у паперові пакети (по 0,2, 0,5 та 1 кг) та поліетиленові мішки (20 та 25 кг).

Поточна середньоринкова оптово-відпускна ціна на картопляний крохмаль становить близько 15-16 грн/кг.

Таблиця 5.7

Техніко-економічні показники діяльності запроєктованого цеху з переробки картоплі на крохмаль на оптовому ринку сільськогосподарської продукції „Шувар”

Назва і характеристика позиції	Показник
Потужність цеху	50 т картоплі на добу
Кількість працівників	25 осіб, з них технічного персоналу – 5
Річний фонд оплати праці	980 тис. грн
Сировина і матеріали	14000 тис. грн
Вартість машин і обладнання	3719,2 тис. грн
Вартість будівництва приміщень	3920,0 тис. грн
Витрати на електроенергію	890,0 тис. грн
Вартість води	96,0 тис. грн
Амортизація будівель	196,0 тис. грн
Амортизація обладнання	372,0 тис. грн
Виручка від реалізації	21000,0 тис. грн
Виробничі витрати	18187,4 тис. грн
Ціна реалізації крохмалю	15 грн / кг
Прибуток за рік	2812,6 тис. грн
Рівень рентабельності	15,5 %
Термін окупності проекту	2,7 року

Для роботи в цеху планується залучити 25 осіб персоналу, з яких – 20 – виробничі працівники, решта - керівники та службовці, а також охорона й обслуговуючий персонал.

Виробництво сезонне і триватиме близько 200 днів. У період міжсезоння планується робітників цеху задіяти у профілактичних та ремонтних роботах.

Діяльність цеху з переробки картоплі на крохмаль буде супроводжуватися низкою ризиків. Основними з них є ризики, пов'язані із системою взаємодії з партнерами, споживачами та несприятливими умовами реалізації, непередбаченими витратами і збільшенням кошторису, пов'язані з впровадженням інновацій тощо.

Щоб запобігти ризикам, на підприємстві необхідно встановити жорсткий контроль за заготівлею сировини і матеріалів у час найсприятливішої її ціни, проводити постійний аналіз діяльності та нагляд за виробництвом.

Таким чином, метою створення цеху з переробки картоплі на крохмаль є підтримання рівноваги ціни на картоплю на ринку сільськогосподарської продукції в момент високої пропозиції, задоволення регіонального попиту на крохмаль підприємств і населення та створення нових робочих місць у Львівській області.

Отже, на українському ринку крохмалю попит перевищує пропозицію, що призводить до постійного збільшення імпорту цієї продукції. Слід також відзначити, що потенційний збут переробленої продукції не матиме проблем, оскільки сучасний рівень виробництва крохмалю в регіоні є дуже низьким, а попит з боку різних галузей народного господарства істотним, що формує актуальність і необхідність будівництва цеху з виробництва крохмалю у Львівській області.

5.3 Інформаційне забезпечення функціонування ринку сільськогосподарської продукції

Ефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції визначається передусім своєчасним і достатнім рівнем постачання необхідної кількості аграрної продукції у торгову мережу відповідно до науково обґрунтованих норм споживання населення. Велике значення для забезпечення якості товаропостачання мають не лише інфраструктурні елементи ринку, а й позиційна діяльність підприємств аграрного сектору економіки, які стартово визначають асортимент та обсяги продукції. У свою чергу результативність функціонування сільських виробників залежить від рівня та характеру організаційної й господарської роботи суб'єктів та інфраструктурних елементів, що надають їм послуги виробничого та обслуговуючого характеру. Результативна діяльність системи господарюючих суб'єктів загалом і кожного зокрема на рівні окремої територіальної одиниці значною мірою залежить від налагодження зв'язків між ними і достатнього рівня поінформованості про оперативні і стратегічні дані з питань формування результатів господарської діяльності, організації виробництва, проходження технологічних процесів та використання ресурсного потенціалу.

Органи самоврядування, керівники підприємств і організацій повинні мати у своєму розпорядженні достатню, комплексну, надійну та достовірну інформацію про ситуацію на ринку праці, засоби, рівень забезпеченості населення товарами та послугам, ціни на основні види продукції тощо та легкий доступ до неї.

В усьому загалі господарюючих суб'єктів територіальної одиниці особлива роль відводиться діяльності сільськогосподарських товаровиробників, які, з позиції організації і функціонування ринку сільськогосподарської продукції, є його основоутворювальними елементами.

У процесі виробничо-господарської діяльності товаровиробників створюються різні види продукції, які можна кваліфікувати як результат сукупності матеріальних та інформаційних потоків. Аналіз засвідчує, що витрачені на створення продукту ресурси можна регулювати з допомогою інформації, за умов, що інформація є субстанцією економічних явищ і процесів, а праця виконує лише функцію її втілення. Задля цієї мети можна використати всі види інформації, відомостей, повідомлень і знань, які надходять і можуть бути використані для реалізації функцій менеджменту. Ця інформація повинна надходити систематично, організовано залежно від оперативної потреби.

За часів планової економіки на рівні областей та районів інформацію для аграрних підприємств з низки питань господарського характеру, управління, організації та технології виробництва, умов і каналів реалізації та цін на продукцію надавали управління сільського господарства і продовольства. Плановими відділами районних рад та управлінь сільського господарства та продовольства господарюючим суб'єктам доводилися також обсяги реалізації в реальному режимі часу та місця збуту продукції.

За ринкових умови, коли аграрні підприємства одержали можливість вільної підприємницької діяльності в умовах економічної свободи, для них стали менш впливовими функції управлінь, розпорядження яких тепер мають носити рекомендаційний характер. Звільнену нішу з надання інформаційних послуг для сільськогосподарських товаровиробників у країні владні структури намагалися заповнити створенням мережі дорадчої служби.

На підставі Закону України „Про сільськогосподарську дорадчу діяльність” від 17.06. 2004 р. на обласному, районному та місцевому рівнях створювалися відповідні служби. Положеннями цього закону визначено правові засади здійснення сільськогосподарської дорадчої діяльності в Україні і передбачалося регулювати відносини у сфері

сільськогосподарського виробництва, спрямовані на поліпшення добробуту сільського населення та розвиток сільської місцевості в соціальному спрямуванні.

У законі зазначено, що дорадчі послуги надаються суб'єктам господарювання, а також органам місцевого самоврядування та органам виконавчої влади з метою пропаганди державної аграрної політики, досягнень науково-технічного прогресу, розповсюдження загальнодоступної інформації ринкового і науково-технічного характеру, узагальнення передового досвіду. Послуги спрямовані на надання суб'єктам господарювання інформації і знань з питань економіки, технологій, управління, маркетингу, обліку, податків, права, екології тощо, головною метою яких є сприяння зростанню доходів як сільськогосподарських виробників, так і сільського населення в цілому.

Згідно з чинним законодавством, регулювання дорадчої діяльності на певних рівнях здійснюють Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Міністерство аграрної політики та продовольства України, що забезпечує формування державної політики у сфері сільського господарства, а також інші органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Ними встановлений конкретний перелік соціально спрямованих дорадчих послуг, обсяги їхнього фінансування для кожного виконавця та районів, у яких надаються послуги, передбачені в планах заходів, що затверджуються щорічно відповідними структурними підрозділами обласних державних адміністрацій.

За даними Міністерства аграрної політики і продовольства України, на сьогодні в усіх областях України сформовані та функціонують і надають дорадчі послуги на постійній основі 679 професійних сільськогосподарських дорадників, а також 734 експерти-дорадники, які внесені до державного Реєстру. Чинним законодавством передбачено, що вони практично функціонують як недержавні організації різних організаційно-правових форм господарювання.

На жаль, практика засвідчує, що діяльність таких служб і організацій, які сформовані на громадських засадах, переважно не відзначається достатньою результативністю в роботі. Таким прикладом стала діяльність групи експертів-дорадників, що знаходилися у реєстрі Міністерства аграрної політики і продовольства України. Не одержали відчутної допомоги від їх діяльності як експертів і сільськогосподарські товаровиробники, особливо господарства населення, на які було розраховано створення дорадчих служб з надання послуг консультативного характеру, праця і статус яких визначалися як державна служба.

Очікуваної ролі та результативної і позитивної діяльності дорадчих служб й Аграрного фонду, що відводилася їм чинним законодавством, не відбулося. Слід зазначити, що фактично ні дрібні товаровиробники, ні фермерські господарства, ні господарства населення не одержали від них достатньої практичної допомоги. По суті, служби створені, а замовлення на їхні послуги не надходили. Це зумовлено, з одного боку, тим, що дорадчі служби створювалися з метою, аби виконати вимоги закону. Формування ж служб на місцях відбулося за рахунок осіб, які на той час не були працевлаштовані, і значна частина з них не мали відповідної кваліфікації та досвіду роботи з окресленої ділянки. Послуги, які мали надаватися дорадчими службами у форматі інформаційно-консультаційного обслуговування агропромислового виробництва, як правило, мали оплачувати замовники, що не завжди позитивно оцінювалося підприємствами. З іншого боку, чіткого розподілу, які послуги належать до виробничих, соціально спрямованих і комерційних, положеннями чинного законодавства не встановлено. До того ж дорадчі служби не брали на себе ніяких зобов'язань у разі надання некваліфікованих рекомендацій. У разі, коли рекомендації мали сумнівний характер, то й замовлень на такі послуги від сільських виробників, відповідно, не надходило. Через це в економічному просторі країни і нині забезпечення господарюючих суб'єктів інформаційними послугами у сфері аграрної економіки є недостатнім.

Щоб заповнити прогалину організаційно-методичного характеру, для орієнтування органів виконавчої влади, консалтингових формувань і, особливо, дорадчих служб Національним університетом біоресурсів і природокористування України, на замовлення Міністерства аграрної політики та продовольства, розроблені рекомендації з надання дорадчих послуг, які могли б стати для них орієнтиром. За даними порталу „Аграрний сектор України”, основними напрямками діяльності дорадчих служб, згідно з рекомендаціями, мають стати:

- реалізація заходів із пропаганди досягнень науково-технічного прогресу, у тому числі сучасного менеджменту, нових технологій, економіки і організації сільськогосподарського виробництва, збуту продукції, що може здійснюватися за допомогою моніторингу за роботою підприємств і організацій сільського господарства, обробки результатів та складання інформації про передовий досвід виробництва сільськогосподарської продукції, обсяги її споживання;

- збір і узагальнення інформації про передовий досвід вирощування сільськогосподарських культур, догляду за тваринами, організації виробництва, збуту продуктів харчування тощо, з подальшим

використанням органами державного і громадського управління та широким розповсюдженням серед сільськогосподарських товаровиробників і населення, які здійснюють за допомогою збору і систематизації ринкової і науково-технічної інформації з різних джерел;

➤ розповсюдження науково-технічної і ринкової інформації, передового досвіду, які проводяться з використанням регіонального банку сільськогосподарської науково-технічної і ринкової інформації, та організація днів інформації, інформаційних стендів у районних і обласних управліннях сільського господарства, спеціальних радіо- і телепрограм, поширення у виданнях інформаційних бюлетенів тощо;

➤ збір статистичної (економічної) інформації, що відбувається на замовлення органу державного управління (Мінагрополітики) за допомогою проведення вибірових обстежень, опитувань, роботи з бухгалтерськими документами, проведення вимірювань на контрольних ділянках тощо.

Запропоновані напрями діяльності дорадчої служби мали б стати одним з основних інструментів державної політики, як вважають розробники, і йому належить провідне місце в орієнтації розвитку як конкретної місцевості, так і держави в цілому. Усе це передбачає створення суспільної атмосфери, що сприяла б ефективному функціонуванню ринкової системи і є особливо важливим для сільської місцевості, де суспільна думка формується роками, якщо не десятиліттями, і має консервативний характер.

Проте, на нашу думку, функції, які визначаються положеннями Закону України „Про сільськогосподарську дорадчу діяльність”, та й запропоновані заходи ученими національного університету, є неконкретними і мають досить загальний характер, без акценту на вирішення виробничо-господарських питань товаровиробників. Вони певною мірою є обмеженими, мають здебільшого характер рекомендацій щодо покращання діяльності господарюючих суб'єктів і аж ніяк не сприяють сільськогосподарським товаровиробникам в отриманні інформації, особливо про стан на ринку сільськогосподарської продукції з питань кон'юнктури, пропозиції, попиту, ціни, поведінки конкурентів і споживачів загалом, у тому числі в мережі оптових чи торгових ринків.

Інформація – повідомлення, відомості, що відображають різноманітність у будь-яких об'єктах та процесах і зменшують невизначеність завдяки отриманню повідомлення про щось, нерозривно пов'язані з управлінням [71]. Іншими словами, інформація – це сукупність відомостей, які надходять з внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єкта, можуть зберігатися в певній формі або системі і бути використаними в процесі управління або переданими по інстанціях за

потребою. Інформація може мати форму тексту, звуку, рисунка, графіка тощо і надходити в усній або письмовій формі, на паперових або електронних носіях.

Важливе місце у формуванні державної інформаційної політики відводилося Закону України „Про інформацію”. Його положеннями визначено основні напрями державної політики:

- забезпечення доступу кожного до інформації;
- забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації;
- створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства;
- забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів;
- створення інформаційних систем і мереж інформації;
- постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів;
- забезпечення ефективного використання інформації;
- забезпечення інформаційної безпеки України;
- сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору [219].

Проте про недостатній рівень розбудови інформаційного суспільства в Україні порівняно зі світовими тенденціями відзначається і у новоприйнятому Законі України „Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 рр.” [226].

Згідно з положеннями закону основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є створення кожній людині на засадах широкого використання сучасних інформаційно-консультативних технологій можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повною мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни [226].

Положення і статті зазначеного закону сформульовані й визначають завдання загалом на піднесення інформації в суспільстві, тоді як нині для розвитку українського інформаційного суспільства доцільним є виділення та створення окремим напрямом інформаційних потоків, спрямованих на забезпечення ефективного функціонування ринку сільськогосподарської продукції. На часі в усіх регіонах України й удосконалення інформаційного забезпечення гармонійного функціонування всіх інфраструктурних елементів ринку сільськогосподарської продукції та налагодження взаємодії

між ними державними та муніципальними органами управління на предмет безперервного забезпечення населення продуктами харчування.

Особливої актуальності набуває процес інформаційності для аграрних підприємств, які є базовими у формуванні ринку сільськогосподарської продукції і беруть безпосередню участь майже на всіх етапах виробництва, розподілу, обміну і споживання. Саме аграрні підприємства, що формують сегменти виробництва і продукту у загальній структурі ринку сільськогосподарської продукції, є спонукальними і первинними елементами продукування ланцюга товароруху. За таких умов на рівні підприємства мав би формуватися внутрішній інформаційний простір для організації і управління технологічними процесами і зовнішній – для зв'язків з інфраструктурними елементами, що забезпечують товарорух, та споживачами їх продукції.

Весь інформаційний простір мав би формуватися з даних, які відображали б фінансові показники діяльності підприємств, продуктивність і ефективність використання засобів виробництва. Інформацію простору можна поділити на комерційну, технічну і оперативну:

- комерційна інформація орієнтуватиме підприємства на те, яку продукцію і в яких обсягах необхідно виробляти, за яку ціну і кому її реалізовувати, які витрати понесе підприємство на виготовлення і реалізацію продукції і які отримає доходи;

- технічна інформація характеризує якість і кількість продукції, повідомляє про технологію виробництва, наявність і потребу в сировині і матеріалах, про стан і забезпеченість матеріально-технічними засобами, необхідними для здійснення виробництва, про послідовність виконання операцій тощо;

- оперативну інформацію використовують для визначення завдання працівникам, здійснення контролю обліку і регулювання виробничого процесу, коригування управлінських і комерційних операцій.

За допомогою інформації всі складові компоненти підприємства діють синхронно, цілеспрямовано – на виробництво певного виду продукції, відповідної кількості і якості та способи її реалізації і спрямування до визначеного споживача. Ця вся інформація забезпечує прийняття тактичних управлінських рішень для ефективної участі підприємств у ринку сільськогосподарської продукції.

Інформаційний простір повинен формуватися з урахуванням необхідності володіння інформацією для вирішення завдань стратегічної участі підприємств на ринку сільськогосподарської продукції. З цих мотивів вона повинна містити відомості про ситуацію на ринку

сільськогосподарської продукції: наявність попиту і пропозиції, ціни на представлений асортимент вітчизняної продукції, про частку на ринку імпоротної продукції, поведінку та платоспроможність споживачів тощо. Зовнішня інформація може надходити з різноманітних джерел: преси, радіо, мережі Internet, телебачення, рекламних повідомлень та укладених контрактів і договорів між виробниками і споживачами. Уся ця інформація надходитиме з джерел, що знаходяться поза діяльністю підприємств.

Закон України „Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 рр.” передбачає оперативний доступ усіх виробників, органів самоврядування до необхідних інформаційних ресурсів і проведення заходів щодо їх включення в єдиний інформаційний простір сервера. Використання цих даних дасть змогу покращити не лише економічну ситуацію господарюючих суб’єктів, а й становище на ринку сільськогосподарської продукції, яке нині складається на користь аграрних виробників, де спостерігається стабілізація обсягів виробництва продукції та налагоджується їх інвестиційний супровід.

Особливо інформаційних ресурсів різного формату потребує велика кількість сільськогосподарських товаровиробників, у яких відсутні маркетингові служби, а це, головним чином, господарства населення, фермерські та дрібнотоварні підприємства, які не одержують з боку виконавчих і управлінських структур організованої, офіційної і достатньої інформації з низки питань виробничого і комерційного характеру, а особливо про стан на ринку сільськогосподарської продукції та його функціонування. Положеннями закону ставиться завдання, що інформаційні ресурси мають повсякчас оновлюватися та включатися до єдиного інформаційного простору і мають бути доступними рівною мірою органам державної влади, суб’єктам господарювання та громадянам України.

Щоб вирішити питання високої поінформованості сільських виробників, органів самоуправління, а відтак і для забезпечення високої результативності та підвищення ефективності діяльності господарюючих суб’єктів аграрного сектору економіки й регулювання ринку сільськогосподарської продукції, на нашу думку, є необхідність створення єдиного „інформаційного центру” в країні, який би мав регіональні та територіальні мережі аналогічних осередків з безпосереднім підключенням до них кожного господарюючого суб’єкта.

Метою діяльності інформаційного центру всіх рівнів має стати формування державних інформаційних ресурсів у сфері агропромислового виробництва й забезпечення доступу до них сільськогосподарських суб’єктів господарювання для вибору даних з метою використання для

обґрунтування раціональних рішень і напрямів покращання їх підприємницької діяльності. Формування баз даних забезпечуватиметься накопиченням, обробкою та зберіганням інформаційних потоків.

На нашу думку, у сервері інформаційного центру національного рівня мають бути сформовані окремі модулі даних. Модулі повинні формуватися із врахуванням відхилень на кожному окремо регіональному рівні. У модулях мають бути основними такі групи інформації:

- інновації та технології виробництва сільськогосподарської продукції;
- джерела та наявність матеріальних і ресурсних потоків та можливі способи постачання ресурсів;
- канали, способи та умови реалізації продукції;
- ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію;
- кон'юнктура ринку та асортимент продукції;
- можливість альтернативної заміни в разі зростання цін на основні види продукції;
- наявність попиту, пропозиції на основні види продукції;
- насичення ринку сільськогосподарської продукції імпортованими товарами.

Формування єдиного інформаційного простору на державному рівні, продукт якого може бути доступним для всіх господарюючих суб'єктів різних галузей, у тому числі сільських товаровиробників (господарств населення, фермерських та дрібнотоварних господарств, підприємств різних організаційно-правових форм господарювання та форм власності), та територіальних громад, має відбутися на національному рівні і на рівнях адміністративних регіонів та районів. У їх форматі необхідно створити розгалужену мережу з єдиним сервером для збору, нагромадження, концентрації і зберігання інформації як на місцевому, так і регіональному та національному рівнях.

Інформаційні центри за структурою діяльності на національному, регіональному, адміністративному та місцевому рівнях, що обслуговуватимуть господарюючих суб'єктів та ринок сільськогосподарської продукції, повинні мати аналогічну структуру (рис. 5.8).

Інформаційні центри на національному, регіональному і територіально-місцевому рівнях надаватимуть інформаційні послуги за різними напрямками, використання яких закладе основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень з питань налагодження економічних відносин між господарюючими суб'єктами, споживачами, органами управління всіх рівнів та іншими зацікавленими суб'єктами розвитку

аграрного сектору й економіки сільськогосподарських підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності.

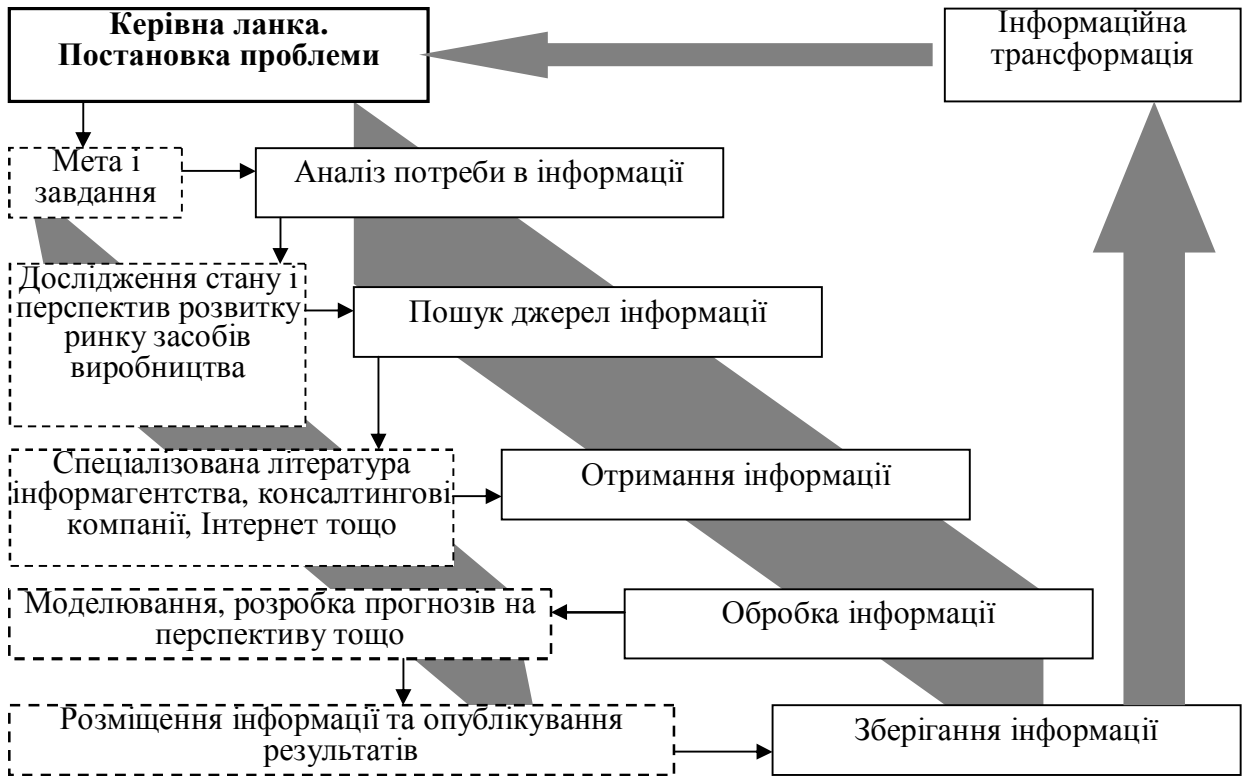


Рис. 5.8. Типова схема функціональної діяльності інформаційного центру.

Мережу єдиного інформаційного простору адміністративного району можна сформулювати при управліннях сільського господарства і продовольства, з використанням їх спеціалістів як штатних працівників (рис. 5.9).

Інформаційні центри мають забезпечити господарства населення, фермерські та інші сільськогосподарські підприємства відповідними послугами з питань запровадження нових розробок науки і техніки, інноваційних технологій, раціональних способів реалізації продукції, створення та утримання на ринку сільськогосподарської продукції вигідних умов як для споживачів, так і для сільських товаровиробників. Вони повинні бути державними, послугами яких будуть користуватися зацікавлені державні, комерційні та некомерційні структури. Провідну роль в організації роботи центру та контролю за його діяльністю мають відігравати державні структури влади усіх рівнів.

За своїм призначенням не всі види інформації відіграють однаково важливу роль для прийняття рішень. З цієї позиції значна частина інформації, яку можуть містити сервери інформаційного центру на рівні

регіону, може не цікавити окремі підприємства, фірми у практичній їх діяльності. Такою може бути інформація перспективного розвитку регіону з питань будівництва житла, освоєння цільових програм з розвитку регіону тощо. І навпаки, інформаційні довідкові дані, що пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції, її реалізацією та мають нормативний і оперативно-технічний характер, повинні постійно й систематично оновлюватися і, за необхідності, мати властивість зворотних відносин, що є необхідним для коректування управлінських рішень. Не допускається спотворення і недостовірність інформації, використання якої може призвести до прийняття ризикованих управлінських рішень та спричинити збитковість господарству.



Рис. 5.9. Модель національного інформаційного центру ринку сільськогосподарської продукції.

Економічна інформація для користувачів повинна бути всебічною і містити достовірні відомості про економічні явища та процеси, що відбуваються в усіх сегментах ринку сільськогосподарської продукції. Вона може відобразитися за допомогою письмових та усних повідомлень, цифр, графіків, статистичних даних тощо. Усю оперативну інформацію можна

класифікувати за видом, способом, джерелами одержання та напрямками використання (табл. 5.8).

Таблиця 5.8

Оперативна інформація на ринку сільськогосподарської продукції в розрізі користувачів

Користувачі інформації	Оперативна інформація		
	вид	спосіб та джерела одержання	спосіб та напрям використання
Господарства населення	довідкова: зовнішня і внутрішня	усно, письмово, ЗМІ, телефоном, радіо, мережа Internet, телебачення, інформаційний центр	рекомендаційна, аналітична, довідкова, постійна, міжсезонна, технологічна
Фермерські господарства	довідкова: зовнішня і внутрішня, виробничо-оперативна, нормативна, звітна: статистична, бухгалтерська	усно, письмово, ЗМІ, телефоном, факсом, радіо, телебачення, графічно, мережа Internet, інформаційний центр	опрацювання, рекомендаційна, аналітична, довідкова, постійна, міжсезонна, технологічна, інноваційна
Підприємства, фірми	довідкова: зовнішня і внутрішня, виробничо-оперативна, нормативна, планова, розпорядча, звітна: статистична, бухгалтерська	усно, письмово, ЗМІ, телефоном, факсом, радіо, телебачення, графічно, мережа Internet, інформаційний центр	опрацювання, рекомендаційна, аналітична, довідкова, постійна, міжсезонна, технологічна, інноваційна
Підприємства ринкової інфраструктури	довідкова: зовнішня і внутрішня, нормативна	усно, письмово, ЗМІ, телефоном, факсом, радіо, телебачення, мережа Internet, інформаційний центр	опрацювання, аналітична, довідкова, постійна, міжсезонна, інноваційна

Для кожної групи користувачів інформація має свої відмінності. Наприклад, господарствам населення, на нашу думку, немає нагальної

потреби отримувати відомості виробничо-оперативного характеру. Немає також достатньої необхідності користуватися фермерським господарством розпорядчою інформацією, яка надходить у середовище органів місцевого самоврядування. Проте інформації технологічного, нормативного, інноваційного та іншого характеру потребують майже всі користувачі (табл. 5.9).

Таблиця 5.9

Інформаційне забезпечення масивів

Масив інформації	Інформаційний центр			
	місцевий	територіальний	регіональний	національний
Технологічна та інноваційна	+	-	-	-
Матеріально-ресурсні потоки	-	+	+	+
Канали та способи реалізації	+	+	+	-
Ціни на продукцію і ресурси	+	+	+	-
Асортимент продукції	+	+	+	-
Попит, пропозиція	+	+	+	-
Наявність імпорту	-	+	+	-

В аграрному підприємстві процес управління виробництвом із впровадженням інформаційних технологій спрямовується на збір і нагромадження інформації про кожний окремий елемент загальної структури управління, її обробку і передачу управлінцям.

До функціональних обов'язків інформаційних центрів на місцевому рівні мають належати:

- створення інформаційної бази даних з питань супроводу господарської діяльності господарюючих суб'єктів;
- формування інформації на замовлення товаровиробників;
- проведення маркетингових досліджень.

Кожне підприємство повинно мати свою структуру інформаційного центру, яка б відповідала в цілому цілям конкретно його виробничого запиту та спрямування на участь у поліпшенні функціонування ринку сільськогосподарської продукції. Їх інформаційні центри повинні мати дворівневу інформаційну базу даних, одна з яких має формуватися з даних

лише для господарського використання і забезпечувати внутрішні потреби товаровиробників.

Це, зокрема, інформація про нормативні дані використання ресурсів, норми: посіву та внесення добрив на 1 га; витрат пального; затрат кормів на одиницю продукції тощо. Поточна й оперативна інформація повинна містити такі дані:

- показники ефективності використання ресурсів;
- рівень забезпеченості трудовими ресурсами;
- кваліфікаційна характеристика кадрів;
- виробнича структура підприємства;
- впровадження інновацій;
- наявність конкурентоспроможної продукції;
- правовий статус, форма власності, організаційна структура підприємства;
- склад та структура матеріально-технічної бази;
- наявність ліцензій і патентів;
- основні показники фінансової та господарської діяльності;
- стан охорони праці та безпека життєдіяльності;
- охорона довкілля.

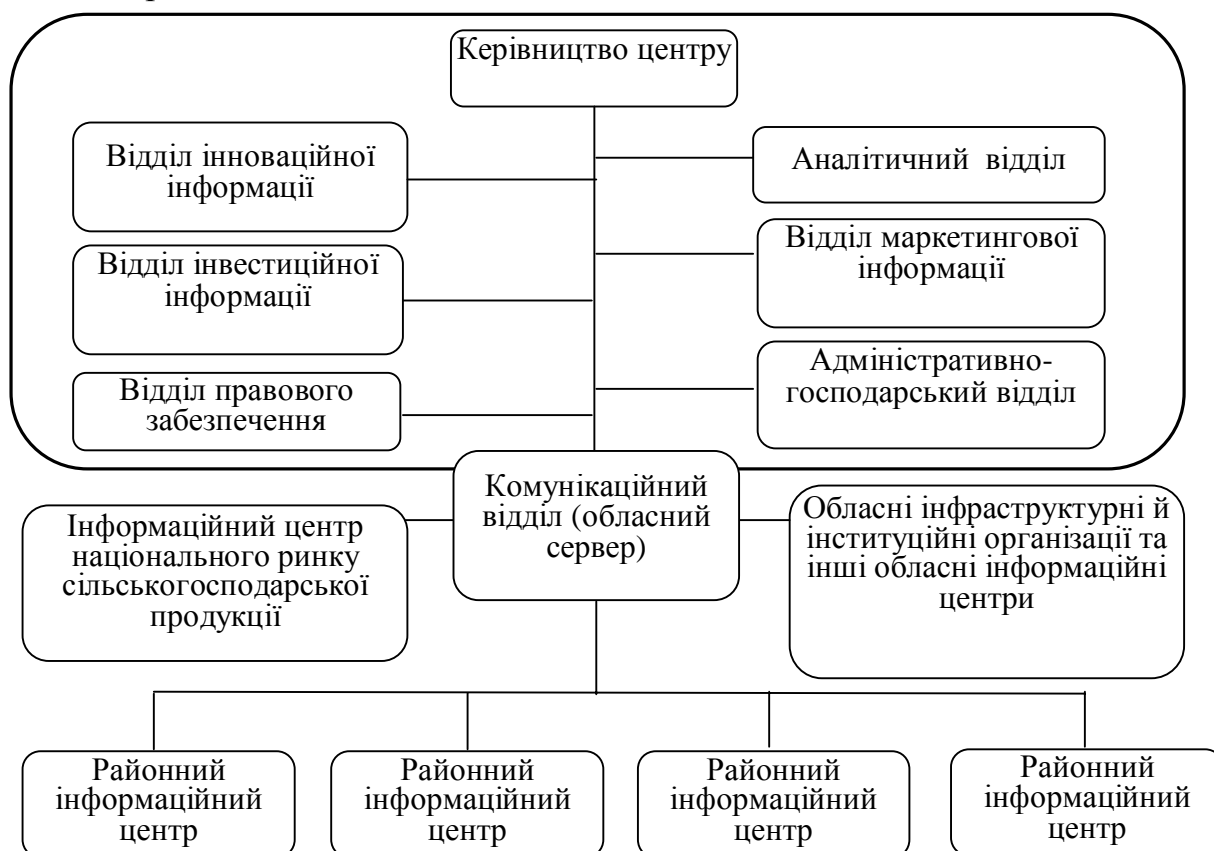


Рис. 5.10. Модель обласного інформаційного центру ринку сільськогосподарської продукції.

Інформаційний центр на рівні підприємства повинен укомплектовуватися не менш ніж чотирма штатними одиницями – операторами, які б обслуговували окремі напрями: обліково-ресурсний, виробничо-витратний, економічно-фінансовий та маркетинговий. В їх функції входить пошук та виокремлення необхідної інформації, її обробка і передача за призначенням користувачу (рис. 5.11).

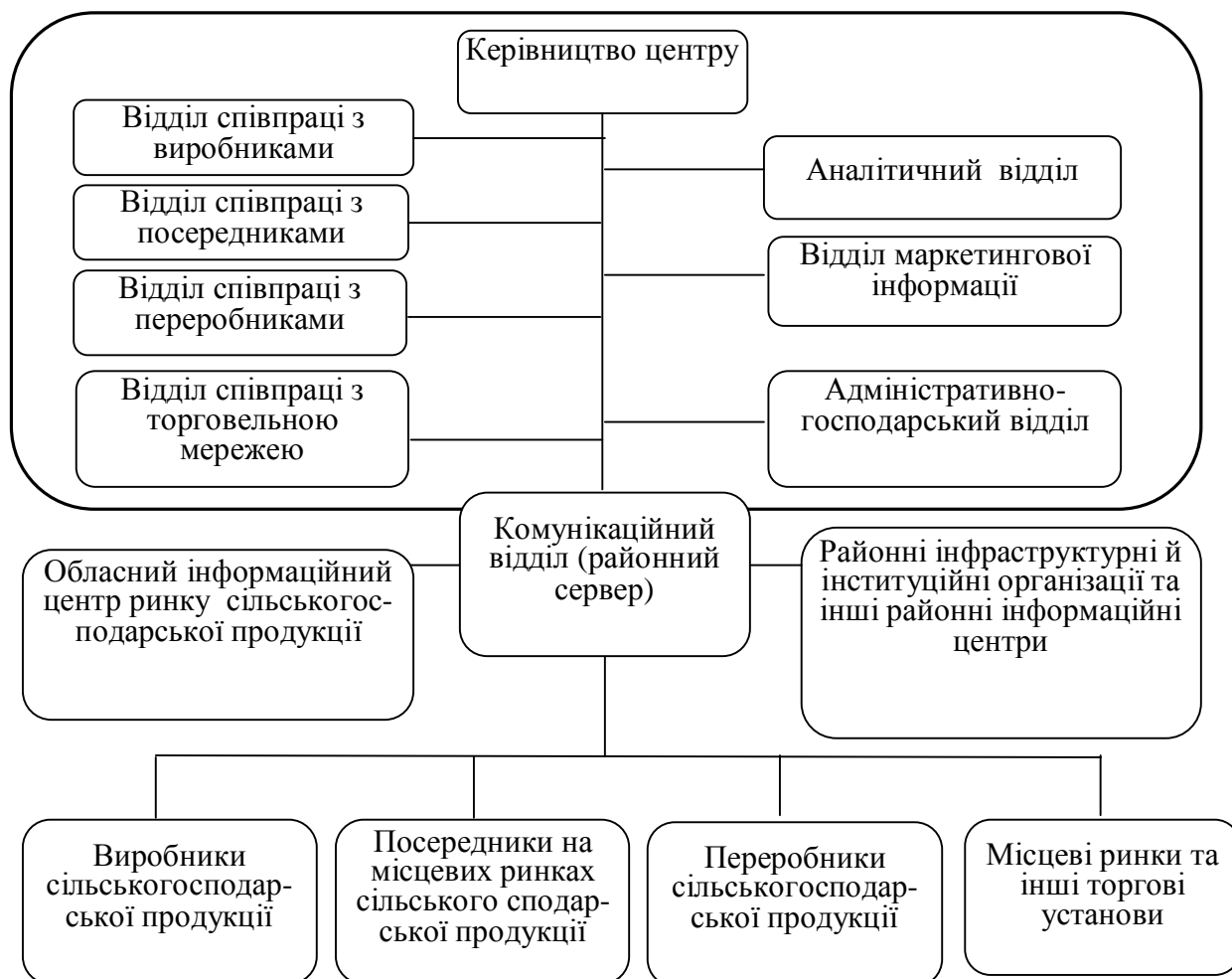


Рис. 5.11. Модель районного інформаційного центру ринку сільськогосподарської продукції.

Інформація до серверів може надходити за різними каналами, у тому числі на паперових та електронних носіях, які мають свої переваги та недоліки. Електронні носії забезпечують високу оперативність передачі інформації, її обробку і, відповідно, користування в часі. Проте своєчасність її подачі і достовірність викладу, з технічних причин, можуть бути сумнівними. Передача інформації на паперових носіях характеризується високою достовірністю, але за затратами часу, коштів та умов передачі в просторі поступається електронному потоку.

Інформація, яка надходить і зберігається на серверах інформаційного центру, повинна відповідати певному рівню якості. До важливих її якісних характеристик належить:

- вчасність та актуальність;
- достовірність;
- відповідність потребам;
- корисність;
- комплексність;
- адресність;
- коректність;
- доступність;
- швидкість обробки і передачі;
- конфіденційність та захищеність.

Одержана своєчасно достовірна інформація є підставою для вироблення і прийняття раціонального рішення, як альтернативи з числа можливих. І навпаки, несвоєчасне забезпечення товаровиробників інформаційними ресурсами призводить до ризикових ситуацій.

Важливість інформації визначається життєвим її циклом. Вона може змінюватися з удосконаленням технології виробництва, впровадженням інновацій тощо. За таких умов необхідно налагоджувати між серверами інформаційних центрів двосторонній зв'язок, що сприятиме раціональності у прийнятті рішень та здійсненні контролю за виконанням відповідних розпоряджень.

Новостворені інформаційні центри, що працюють у масштабі реального часу, здатні ефективно супроводжувати управління функціонуванням великої частини технологічних операцій і в цілому процесу виробництва певного виду сільськогосподарської продукції. До того ж вони дають змогу нівелювати невизначеність поставлених завдань і відшукати оптимальний шлях їх вирішення.

Інформація забезпечує успішну координацію функціонування окремих галузей виробництв у внутрішньому середовищі, а також співпрацю з іншими суб'єктами ринку. Такий підхід сприяє тому, що процес реалізації продукції відбувається за мінімальних грошових затрат і затрат часу та забезпечує збереження якості продукції.

На жаль, не всі керівники підприємств розуміють, що впровадження нових комп'ютерних технологій на робочому місці кожного працівника вирішує значну кількість завдань не лише у сфері автоматизації фінансово-господарської діяльності, а й управління основними технологічними і виробничими процесами. Без достатньої і достовірної інформації про об'єкт

управління неможливе прийняття оптимального рішення, що значно знижує результативність підприємницьких дій.

Це є досить актуальним нині, коли набувають поширення впровадження інноваційно-інформаційних технологій в організації виробництва при веденні точкового землеробства. Основними принципами цієї технології є точна в режимі реального часу одержана на сервер інформація, наприклад, про внесення поживних речовин на кожну окрему ділянку одного і того ж поля, які можуть різнитися між собою за кількістю внесених добрив у межах навіть 30 – 50 %, а урожайність на всіх ділянках буде однаковою.

У режимі реального часу є потрібною достовірна інформація, наприклад, про узгодженість наявності ресурсів і їх потребу на збиранні зернових, розташування техніки на полі, зібрану площу, одержані обсяги продукції загалом і від кожного окремого комбайна, кількість зерна, що надійшло з поля на елеватор і від кожного окремого комбайна тощо. Як показує досвід, усе це може забезпечити лише створення і функціонування запропонованого інформаційного центру на підприємстві.

Песимістичні погляди окремих керівників щодо обмеженості використання інформаційних технологій пов'язують з наявністю циклічного характеру виробництва у галузі рослинництва, з одного боку, а з іншого – з наявністю багатоступеневої ланки прийняття управлінських рішень.

Особливу потребу в інформації мають господарства населення, виробництво продукції яких є важливим джерелом стабільності ринку сільськогосподарської продукції та слугує гарантом забезпечення стабільності і продовольчої безпеки країни та зниження соціальної напруги. Саме вони від держави мають одержувати повною мірою інформацію про напрями поточної діяльності та відчувати реакцію суспільства на реформи, що проводяться. На жаль, нині ще зберігаються недостатній рівень інформації та інформаційна ізоляція значної кількості власників господарств населення, тоді як вони вкрай потребують надходження достатньої інформації з питань організації їх власного виробництва, державної підтримки, правового, виробничого та технічного консультування, а також допомоги в галузі маркетингового обслуговування. Очевидно, для задоволення таких потреб інформаційні матеріали мали би надходити, передусім, від радіо і телебачення у результаті запровадження спеціальних випусків програм у визначені години доби.

Для узаконення і створення єдиного інформаційного простору в країні необхідно на державному рівні прийняти Закон України „Про формування єдиного інформаційного простору на ринку сільськогосподарської

продукції” і відповідно єдиного інформаційного центру. Положеннями закону має бути визначена низка функцій єдиного інформаційного центру, зокрема:

- склад, структура і коло учасників юридичних та фізичних осіб;
- регламент формування, вид та форма інформаційних потоків;
- відповідальність операторів за формування потоків інформації у потрібному часі, обсязі та форматі;
- відповідальність спеціалістів центру перед користувачами за надання кваліфікованої практичної допомоги у доступі до нових інформаційних технологій;
- відповідальність постачальників інформації за її достовірність;
- права, рівень доступності користувачів та умови одержання інформації.

Створення єдиного інформаційного центру на ринку сільськогосподарської продукції може бути можливим за умов цільового бюджетного фінансування за рахунок коштів Міністерства аграрної політики та продовольства на придбання комп'ютерів, створення системи та підключення користувачів до єдиної мережі, у тому числі через Internet, кредитування або субсидіювання за рахунок місцевих бюджетів.

Таким чином, формування єдиного інформаційного центру в аграрному секторі економіки дасть можливість оперативно володіти правдивою інформацією про стан на всіх сегментах ринку сільськогосподарської продукції, що дасть змогу, за необхідності, прийняти оптимальне управлінське рішення, спрямоване на зростання ефективності діяльності аграрних товаровиробників в умовах ризику.

ВИСНОВКИ

1. Ринок являє собою місце конкурентної боротьби, де кожен із учасників може задовольнити суперечливі інтереси, за обставин, коли в процесі обміну для одного настає вигода, а для іншого втрата і водночас задовольняються потреби на вигідних їм умовах, за яких зиск одержує споживач у формі товару необхідної якості, а продавець – у формі прибутку.

2. Наявність різновидів поняття ринку в аграрній сфері не відповідає окресленню навантаження й асортименту товарів, що наповнюють кожен із „задекларованих” ринків, ускладнює розробку нормативних правовідносин та основ державної політики з питань регулювання і стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції.

3. Запропоновано поняття „ринку сільськогосподарської продукції” розглядати як сукупність окремих сегментів, що мають споріднені риси і властивості, в основі функціонування яких лежать економічні відносини, спрямовані на забезпечення виробництва та логістичного перерозподілу потоків продукції від виробника до споживача в режимі визначеного часу і простору з метою збереження її якості й задоволення інтересів усіх учасників.

4. Еволюція і становлення ринку характеризуються поетапністю і постадійною зміною його форми та прояву з набуттям сутності економічних відносин в обмінних операціях відповідно до історичного періоду розвитку суспільства, рушійною силою яких був поділ праці. Поділ праці виступає вирішальним і первинним у зародженні й розбудові ринку. У масштабах суспільства ринок будь-якого рівня відображає внутрішні відносини виробничо-економічних зв'язків із продукування, реалізації та споживання продукції.

5. Виокремлення у частковий формат ринку сільськогосподарської продукції дасть можливість означити його як суб'єкт виробництва і просування продукції лише сільськогосподарських виробників, що зумовить розробку нормативно-правової бази саме під цей його формат функціонування з метою підвищення ефективності галузі та регулювання логістичних процесів і економічних відносин у процесі вільного руху сільськогосподарської продукції від виробника до споживача зі збереженням її обсягів та якості.

6. На ринку сільськогосподарської продукції існують дві домінуючі проблеми: проблема виробника і споживача, які тісно взаємопов'язані з проблемою економіки аграрного сектору. Вирішити наявні проблеми не

можна за рахунок впровадження одноразових рекомендацій чи застосування певних заходів, тому що атмосфера ринку поєднує одночасно інтереси суб'єктів підприємництва, діяльність яких є надзвичайно чутливою до впливу численних зовнішніх і внутрішніх чинників, і споживачів їхньої продукції, які є вимогливими, вибагливими і категоричні у своїх намірах задоволення потреб. Усе це зумовлює необхідність поглибленого дослідження ринку.

7. У сегменті виробництва сільські виробники через велику їх кількість і високу розосередженість у просторі, а також з причин конфіденційності не в змозі контролювати своїх конкурентів щодо понесених затрат праці і засобів виробництва, як і не можуть володіти інформацією про параметри виробництва однорідної продукції своїх суперників, кінцеві споживчі цінності і вартісні параметри продукції, які визначають лише на ринку у момент продажу. За таких умов конкуренція між виробниками загострюється лише на стадії реалізації, а мала б проявлятися на стадії виробництва в напрямі покращання якості та здешевлення продукції.

8. У сукупності окремі функції ринку сільськогосподарської продукції виступають базовою конструкцією, навколо яких і для яких формуються другорядні. Залежно від специфіки параметрів та характеру впливу на стан відносин між виробниками і споживачами усі функції можна поділити на три групи: головні, допоміжні і супутнього впливу. Кожна головна функція через певний механізм, важелі і взаємодію з іншими головними, допоміжними і супутньої дії реалізує свій вплив на залагодження протиріч і встановлення рівноваги відносин на ринку сільськогосподарської продукції.

9. Спорідненою властивістю дії для всіх функцій ринку є те, що вони можуть, посилюючи одні напрями, започатковувати або стимулювати прояв інших, здійснюючи цілеспрямований вплив на товарно-грошові відносини, удосконалюючи та прискорюючи процес обігу між учасниками ринку, де відбуваються стосунки відчуження та привласнення об'єктів власності. Дія функцій на ринку сільськогосподарської продукції в разі можливого повторного відчуження або привласнення одних і тих самих товарів є рівнозначною за характером, але їх прояв уже спрямовується на зростання динаміки комерціалізації.

10. У безпосередньому контакті виробника і споживача проявляються прості відносини, у результаті яких обмін товару виробника на гроші покупця відбувається одночасно і в одному й тому ж місці. У разі обміну з появою на ринку сільськогосподарської продукції посередників купівлі і продажу відбувається розділення купівлі і продажу в часі і просторі. Посередник може сьогодні купити товар в одному місці за умов прямого

товарно-грошового обміну і продати його через певний час в іншому місці споживачу. За таких умов процес обміну у формі купівлі-продажу переростає у форму торгівлі, внаслідок чого збільшується тривалість життєвого циклу товару на ринку, яка може спричинити нерівномірність розподілу в розрізі регіонів або зростання його ціни.

11. Нині на ринку сільськогосподарської продукції у сегментах виробництва і продукту, між виробниками немає прийнятної узгодженості на предмет пропорційності та збалансованості виробництва окремих видів продукції і вони не керуються принципами соціальної справедливості, а здебільшого ризиковими рішеннями, спрямованими на одержання зиску. Це зумовлює певні перекося у структурі виробництва, і, відповідно, наявний асортимент продукції не завжди відповідає запитам споживачів у часі й просторі, що спричинює надвиробництво одних і дефіцит інших товарів.

12. Використання лінійних залежностей між обсягами виробництва, ціною реалізації та рівнем інфляції в країні дало змогу виявити наявність майже ідеальної реакції цін на основні види товарів на ринку сільськогосподарської продукції на зміну курсу долара. Курс долара можна розглядати як важливу характеристику для оцінювання рівня ризику на ринку сільськогосподарської продукції протягом короткотермінового періоду за умов розкручування інфляції, яка може перейти в гіперінфляцію, якщо не вжити запобіжних заходів.

13. У сегменті виробництва серед виробників панує вільний вибір виду діяльності, у зв'язку з чим проявляється неузгодженість кон'юнктури й обсягів виробництва. Внаслідок цього в багатьох випадках у просторі і часі виробництво одного продукту є надлишковим, а іншого недостатнім. Це зумовлено тим, що спонуканням обсягів виробництва для більшості товаровиробників, особливо господарств населення і фермерів, у поточному році виступає ціна на окремі види продукції минулого. За умов перевиробництва є приклади, коли частина вирощеного урожаю капусти окремими виробниками була використана на корми худобі, а частина залишилася на полях незібраною. На противагу, мав би бути механізм, який ніс би відомості про обсяги виробництва кожним окремим виробником і його входження у сегмент виробництва того чи іншого виду продукції в регіоні.

14. Новація не може виступити критерієм і чинником обґрунтування і слугувати достатньою підставою для широкого впровадження інноваційної технології. Використання інноваційної технології має базуватися на узгодженій взаємодії застосовуваних ресурсів з обов'язковим урахуванням дотримання рівня екологічної безпеки та збереження навколишнього

середовища, де каталізатором виступатимуть дотримання рівня агротехнічних, екологічних та економічних вимог і забезпечення соціального розвитку села. Доцільність впровадження підприємствами інноваційно-технологічних розробок також має обґрунтовуватися працевлаштуванням вивільненого із сільського господарства населення та щорічним виділенням коштів на розвиток соціальної сфери села. В основу розрахунку обсягу зазначених коштів можна покласти рівень капіталізації середньорічного працівника або відсотки, адекватні одержаним підприємством прибуткам за рахунок нововведень. Розпорядниками цих коштів мають стати місцеві органи самоврядування.

15. У нинішніх ринкових умовах розвитку аграрного сектору економіки України характерною особливістю є збіг обставин, в яких вектори соціально-економічного процесу розвитку людини, та й суспільства в цілому, і динамічного розвитку суб'єктів господарської діяльності не завжди узгоджуються. Відстежуючи кон'юнктуру ринку, агрохолдинги спрямовують свою діяльність на вирощування тих культур, які забезпечують найвищий прибуток. Висока економічна ефективність діяльності агрохолдингів у сільському господарстві ґрунтується на одержанні надприбутків у сферах, де виробляється продукція з нижчими фондомісткістю, затратами праці, собівартістю та високою ліквідністю, що є їх основною метою і характеризує як бізнесові структури.

16. На ринку в кожний окремий миттєвий стан під дією сукупності чинників позитивного і негативного впливу встановлюється збалансована узгодженість: затребувана кількість продукту, яку хочуть і в змозі придбати покупці за узгодженою ціною відповідає кількості продукту, яку згідні продати продавці за такою ж ціною. За умов зміни лише одного з чинників підбурюється і постає новий миттєвий стан і нове співвідношення між елементами ринкового механізму. Це засвідчує, що на ринку сільськогосподарської продукції у сегментах реалізації і споживача можливості встановлення цін товаровиробниками на власні товари є досить обмеженими і ціноутворення в умовах досконалої конкуренції не залежить від окремих товаровиробників.

17. Ціноутворення на власну продукцію сільськогосподарських товаровиробників у реальних умовах має базуватися на витратах і необхідній рентабельності, що може виступати основним критерієм наукового обґрунтування і об'єктивного процесу ціноутворення. За таких умов мають бути задіяними у форматі пропозиції – виробники, у форматі споживачів – покупці і держава, яка мала б враховувати чинники впливу на

зміну ринкових відносин між суб'єктами і, застосовуючи регуляторні важелі, їх нівелювати.

18. Виправданий ризик часто не має масштабного характеру загрози матеріальних втрат або соціально-економічної безпеки і тому не завжди викликає занепокоєність суб'єкта, а сприймається як доцільне рішення, яке забезпечує отримання додаткового доходу, і його можна розглядати як результат впливу чинників, які супроводжують шлях до отримання корисного ефекту. Виправданий ризик, як ризик додаткових витрат, слід розглядати з позиції механізму, спрямованого на забезпечення ефективності прийнятого суб'єктом рішення.

19. В аграрному секторі економіки розглядати ризики лише на рівні виробника є недостатнім. Вони проявляються у життєвому циклі товару на всьому шляху просування продукції від виробника до споживача, в якому беруть участь різні суб'єкти. Загальну небезпеку слід розглядати як сукупність ризиків, що формуються і проявляються окремо в різних сегментах, а на загальному рівні ринку сільськогосподарської продукції ризик може бути представлений як нелінійний функціонал залежно від складових ризиків окремих сегментів: виробництва, продукту, реалізації та споживача. Для дослідження та встановлення прямих і зворотних зв'язків та його рівня прояву між окремими сегментами необхідно використати результати теорії нечітких множин. Найризикованішою підгалуззю для сільськогосподарських виробників є овочівництво. Коефіцієнти варіації цін одиниці її продукції, як показали соціологічні дослідження, є наближеними до $25\div 30\%$ при коефіцієнті варіації зменшення обсягів реалізації $14\div 16\%$ і провокують рівень ризику споживачів зростанням цін до $25\div 30\%$.

20. Діючи нині в Україні оптові ринки сільськогосподарської продукції які набули статусу регіональних, організують свою діяльність переважно у формі сприяння і створення умов для здійснення товарно-грошових відносин, надаючи місце для зустрічі продавців і покупців, кожен з яких прагне досягти мети й вирішити свої завдання. Закупівля картоплі у період високої пропозиції і її переробку на спорудженому власному цеху на крохмаль, з одного боку, може забезпечити встановлення динамічної ціни рівноваги протягом тривалого періоду, як показника збалансованості попиту і пропозиції, а з іншого – інтеграцією торговельної і переробної структури оптового ринку в постачальницько-сировинну галузь сільського господарства, стабільність та підвищення ефективності функціонування оптового ринку як елемента інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції.

21. Відмінною особливістю, що характеризує становлення й розвиток відносин на регіональному оптовому ринку сільськогосподарської продукції, є самостійне формування виробниками його кон'юнктури. Формування асортименту ринку аж ніяк не стикається з рівнем забезпечення потреб населення відповідної території, а лише з його платоспроможністю та фактичним обсягом виробництва продукції. Напрямом диверсифікації і підвищення ефективності функціонування оптового ринку „Шувар” може стати будівництво цеху з переробки картоплі на крохмаль, що забезпечить підтримання економічних пропорцій, встановлення динамічної ціни рівноваги на ринку сільськогосподарської продукції та інтеграцію торговельної і переробної структури оптового ринку в постачальницько-сировинну галузь сільського господарства.

22. Учасники ринку сільськогосподарської продукції – виробники, суб'єкти господарювання та структури соціально-економічного спрямування – для прийняття управлінських рішень і регулювання своєї діяльності потребують високої поінформованості. Вирішити цю проблему можна створенням Єдиного інформаційного центру в країні, який би мав регіональні територіальні та місцеві мережі аналогічних осередків, з безпосереднім залученням до них кожного господарюючого суб'єкта.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Абсава Л. О. Формування глобального продовольчого ринку / Л. О. Абсава // Економіка АПК. – 2009. – № 5. – С. 122 – 127.
2. Аграрна реформа в Україні / [П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко та ін.] ; за ред. П. І. Гайдуцького. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.
3. Аграрний сектор : час принципово змінити орієнтири розвитку // [Електронний ресурс] / [Б. Пасхавер, В. Юрчишин, О. Бородіна та ін.]. – Режим доступу : <http://dt.ua/ECONOMICS>.
4. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [М. В. Присяжнюк, М. В.Зубець, П. Т. Саблук та ін.] ; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
5. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку : інформ.-аналіт. зб. / за ред. П. Т. Саблука [та ін.]. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – Вип. 6. – 764 с.
6. Аджимет Г. Х. Формирование системы регулирования регионального рынка сельскохозяйственной продукции : автореф. на соискание ученой степени канд. экон. наук / Г. Х. Аджимет. – Симферополь, 2010. – 21с.
7. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка : навч. посіб. : у 2 кн. / за ред. С. Панчишина і П. Островерха. – К. : Знання, 2006. – . –
Кн. 1 : Вступ до аналітичної економії. Макроекономіка. – 4-те вид., виправл. і доповн. – 2006. – 723 с.
8. Андрійчук В. Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції : теоретико-методологічний аспект / В. Г. Андрійчук // Формування та розвиток аграрного ринку : матеріали шостих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. – К., 2004. – С. 66 – 76.
9. Андрійчук В. Г. Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромислових компаній / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 5 – 21.
10. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України : ефективність взаємодії : монографія / Апопій В. В. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2007. – 368 с.

11. Апопій В. В. Механізм взаємодії торгівлі та АПК: принципи формування / Апопій В. В. // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2006. – С. 410 – 414. – (Серія Економіка ; вип. 22).
12. Апопій В. В. Організація торгівлі : підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хом'як ; за ред. В. В. Апопія. – 2-ге вид, переробл. і доповн. – К. : Центр навч. літ., 2008. – 632 с.
13. Артиш В. І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 117 – 120.
14. Артус М. М. Організація контролю за цінами в системі внутрішнього аудиту / М. М. Артус // Економіка і управління. – 2005. – № 2. – С. 40 – 44.
15. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 56 с.
16. Бачуріна І. В. Тенденції розвитку внутрішньодержавних та міжнародних аграрних ринків / І. В. Бачуріна // Економіка АПК. – 2007. – № 8. – С. 106 – 109.
17. Башнянин Г. І. Ринкові економічні системи: проблеми становлення функціональної структуризації і типологізації / Башнянин Г. І., Копич І. М., Слюсарчик М. П. – Львів : ЛКА, 2001. – 212 с.
18. Белєвцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белєвцев, Л. В. Шестопалова. – К. : Центр навч. літ., 2005. – 416 с.
19. Бидик А. Г. Підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва / А. Г. Бидик // Економіка АПК. – 2003. – № 6. – С. 115 – 121.
20. Биткова Т. В. Экономические проблемы региональной экономики в условиях рынка: Процессы регионализации и проблемы управления социально-экономическим развитием / Т. В. Биткова, А. П. Буряк // Харьковский университетский вестник. – 1995. – № 384. – С. 126 – 158.
21. Білецька Л. В. Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка) : навч. посіб. / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К. : Центр навч. літ., 2009. – 688 с.
22. Большая советская энциклопедия. – 3-е изд. Т. 13 / гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : Сов. энциклопедия, 1969. – 608 с.
23. Бондар О. С. Економічні умови функціонування регіонального аграрного ринку / О. С. Бондар // Економіка АПК. – 2003. – № 8. – С. 133 – 137.

24. Бородіна О. М. Агрохолдинги як база формування корпоративного аграрного устрою в Україні / О. М. Бородіна, А. О. Гуторов // Економіка АПК. – 2012. – № 11. – С. 21 – 28.
25. Валова продукція сільського господарства України за 2013 р. : стат. бюл. / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 26 с.
26. Вдовенко Л. О. Мотивація підприємницької діяльності в аграрній сфері економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Л. О. Вдовенко. – К. : Наук. світ, 2002. – 20 с.
27. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
28. Гайдуцький П. І. Аграрний ринок : уроки і завдання / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2002. – № 5. – С. 3 – 9.
29. Гайдуцький П. І. Формування та розвиток аграрного ринку / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 4 – 15.
30. Гальчинський А. С. Економічна теорія : підручник / А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко. – К. : Вища шк., 2007. – 503 с.
31. Гейк П. Вчись аналізувати ринок / Пол Гейк, Томас Джексон ; пер. з англ. – К. : Сейбр-Світло, 1995. – 270 с.
32. Гладій М. В. Формування оптового ринку в Україні / М. В. Гладій // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 41 – 43.
33. Горбонос Ф. В. Кооперація : методологічні і методичні основи / Ф. В. Горбонос. – Львів : ЛДАУ, 2003. – 264 с.
34. Горбонос Ф. В. До питання раціонального використання земельних ресурсів / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик // Вісник Львівського державного аграрного університету : землевпорядкування і земельний кадастр. – 2005. – № 8. – С. 10 – 15.
35. Горбонос Ф. В. Економічні проблеми структури виробництва аграрного сектора України / Ф. В. Горбонос, А. О. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Перспективи розвитку і актуальні проблеми України та країн світу : тези X Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛУБП, 2012. – С. 22 – 25.
36. Горбонос Ф. В. Ефективність використання матеріально-речового потенціалу сільськогосподарських підприємств / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик // Екологічні, економічні та технологічні аспекти ефективного використання матеріально-технічної бази АПК : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 17-18 верес. 2008 р. – Львів : ЛНАУ, 2008. – С. 162 – 166.

37. Горбонос Ф. В. Земельні відносини в контексті формування ринку землі та укрупнення підприємств / Ф. В. Горбонос, А. О. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Стійкий розвиток регіонів України на базі кластеризації та корпоратизації (галузевий аспект) : кол. монографія / під заг. ред. К. Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2012. – С. 69 – 79.

38. Горбонос Ф. В. Організаційно-інформаційна служба як неодмінний компонент розвитку економічного простору і ринку сільськогосподарської продукції / Ф. В. Горбонос, А. О. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Інформаційне забезпечення систем прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах : кол. монографія / під заг. ред. Л. М. Савчук. – Донецьк : ЛАНДОН-ХХІ, 2013. – С. 44 – 56.

39. Горбонос Ф. В. Оцінка трансформації земельних відносин у Львівській області до ринкових умов / Ф. В. Горбонос., Н. Ф. Павленчик // Вісник Львівського національного аграрного університету : економіка АПК. – 2010. – № 17 (1). – С. 178 – 184.

40. Горбонос Ф. В. Раціональне та ефективне використання земельних ресурсів в контексті формування ринку землі / Ф. В. Горбонос, А. О. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького : економічні науки. – 2011. – № 4 (50), т. 13. – С. 207 – 217.

41. Горбонос Ф. В. Ринкова діагностика та ймовірні перспективи розвитку підприємств у сільському господарстві / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик. // Регіональні проблеми розвитку агропромислового комплексу : зб. наук. доп. – Львів : ЛНАУ, 2009. – С. 72 – 83.

42. Горбонос Ф. В. Ринок землі : надії і проблеми / Ф. В. Горбонос, А. О. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Розвиток економічних і політико-правових систем України та інших країн Європи на початку ХХІ століття : тези VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛУБП, 2011. – С. 16 – 18.

43. Горбонос Ф. В. Розвиток інтегрованих структур в АПК / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик // Аграрна політика в умовах ринкової трансформації економіки агропромислового комплексу : кол. монографія / за заг. ред. П. С. Березівського. – Львів : ЛДАУ, 2006. – С. 223 – 228.

44. Горбонос Ф. В. Роздрібна торгівля як складова інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, І. О. Корчинський // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. Вип. 252 : в 6 т. – Дніпропетровськ, 2009. – Т. 3. – С. 628 – 637.

45. Горбонос Ф. В. Стан використання землі в постреформенний період у Жовківському районі / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик // Екологічні, економічні та технологічні аспекти використання земельних ресурсів :

матеріали міжнар. наук.-практ. форуму, 19-21 верес. 2007 р. – Львів : ЛДАУ, 2007. – С. 37 – 43.

46. Горбонос Ф. В. Функціонування елементів інфраструктури на ринку сільськогосподарської продукції / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, І. О. Корчинський // Шляхи підвищення ефективності використання агроресурсного потенціалу : матеріали міжнар. наук.-практ. форуму, 23-25 верес. 2009 р. – Львів : ЛНАУ, 2009. – С. 31 – 39.

47. Горбонос Ф. Ефективність державної підтримки сільськогосподарських підприємств / Ф. Горбонос, Н. Павленчик, А. Павленчик // Вісник Львівського національного аграрного університету : економіка АПК. – 2009. – № 16 (1). – С. 77 – 83.

48. Гордієнко К. Д. Аграрний маркетинг: нормативно-правове регулювання : зразки документів / Гордієнко К. Д. – К. : КНТ, 2007. – 276 с.

49. Господаренко Г. М. Умови збереження вмісту гумусу в ґрунті польової сівозміни / Г. М. Господаренко, О. М. Трус, І. В. Прокопчук // Уманський національний університет садівництва, Біологічні системи : зб. наук. праць. – Умань : 2012. – Т. 4, вип. 1. – С. 31 – 34.

50. Господарський кодекс України // Звід Кодексів і Законів України. – К. : Укр. агентство інформації та друку „Рада“, 2007. – С. 97 – 166.

51. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування та планування : навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навч. літ., 2003. – 188 с.

52. Гриценко А. Ринкова інфраструктура : суть, функції, будова / А. Гриценко, В. Соколов // Економіка України. – 1998. – № 4. – С. 35 – 44.

53. Губені Ю. Е. Розвиток системи регулювання аграрного ринку в Чеській Республіці: організаційний та фінансовий аспекти / Ю. Е. Губені // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 66 – 72.

54. Данкевич А. Є. Вплив розмірів землекористувань на рівень виробництва / А. Є. Данкевич // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 29 – 33.

55. Данкевич А. Є. Передумови та основні принципи розвитку агрохолдингів / А. Є. Данкевич // Економіка АПК. – 2011. – № 5. – С. 139 – 147.

56. Дем'яненко М. Я. Фінансові проблеми формування і розвитку аграрного ринку (доповідь) / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 4 – 13.

57. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р. // Економіка АПК. – 2007. – № 11. – С. 3 – 57.

58. Добровольський В. В. Екологічні знання : навч. посіб. / В. В. Добровольський. – К. : Професіонал, 2005. – 304 с.

59. Довганчин Г. В. Роль державного регулювання економічних відносин в агропромисловому виробництві / Г. В. Довганчин // Економіка АПК. – 2000. – № 5. – С. 3 – 7.
60. Довідник по плануванню сільськогосподарського виробництва / укл. : І. О. Никифорчук. – К. : Урожай, 1980. – 360 с.
61. Долан Э. Рынок – макроэкономическая модель / Э. Долан, Д. Лидсей; пер. с англ В. Лукашевича [и др.] – СПб., 1992. – 496 с.
62. Друкер П. В. За фасадом информационной революции / П. Ф. Друкер // Русский архипелаг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.arhipelag.ru>.
63. Дудар Т. Г. Перспективи розвитку регіонального ринку молока і молокопродуктів / Т. Г. Дудар, Н. Є Голомша // Економіка АПК. – 2002. – № 9. – С. 126 – 132.
64. Дусановський С. Л. Аграрна економіка і ринок / С. Л. Дусановський, Є. М. Білан. – Тернопіль : Екон. думка, 2003. – 256 с.
65. Дусановський С. Л. Економічні основи розвитку АПК в ринкових умовах / С. Л. Дусановський, Є. М. Білан. – Тернопіль : Екон. думка ; Астон, 2003. – 198 с.
66. Дусановський С. Л. Агропромисловий комплекс України в ринкових умовах : монографія / С. Л. Дусановський. – Тернопіль, 2009. – 174 с.
67. Економіка підприємства / [Горбонос Ф. В., Черевко Г. В., Павленчик Н. Ф., Павленчик А. О.]. – К. : Знання, 2010. – 463 с.
68. Економіка підприємства : навч. посіб. / [Черевко Г. В., Горбонос Ф. В., Іваницька Г. Б., Павленчик Н. Ф.] ; за заг. ред. Г. В. Черевка. – Львів : Априорі, 2004. – 384 с.
69. Економіка підприємства : підручник / за ред. Й. М. Петровича. – Львів : Новий Світ-2000, 2004. – 680 с.
70. Економіка підприємства : структурно-логічний навч. посіб. / за ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.
71. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. – К. : Вид. центр “Академія”, 2000 – 2001.
72. Економічна теорія : макро- і мікроекономіка : посібник / за ред. З. Ватаманюка, С. Панчишина. – К. : Альтернативи, 2001. – 606 с.
73. Економічна теорія : політекономія / за ред. В. Д. Базилевича. – [3-тє вид., переробл. і доповн.]. – К. : Знання-Прес, 2004. – 615 с.
74. Економічний словник / за ред. П. І. Багрія, С. І. Дорогунцова. – К. : Гол. ред. Укр. Рад. енциклопедії АН УРСР, 1973. – 623 с.

75. Ефективність використання ресурсів та виробництво продукції у сільських територіях і розвиток підприємництва на селі на основі кооперації та інтеграції / Черевко Г. В., Павленчик Н. Ф. [та ін.]. // Організаційно-економічний механізм підвищення соціально-економічної ефективності функціонування АПК західного регіону України : кол. монографія / за заг. ред. П. С.Березівського. – Львів : Укр. бестселер, 2011. – С. 277 – 313.
76. Збарський В. К. Природа ризику, його джерела, критерії та оцінка / В. К. Збарський, А. І. Липовяк-Мелкозьорова // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 61 – 65.
77. Звід Кодексів і Законів України. – К. : Укр. агентство інформації та друку „Рада“, 2007. – 800 с.
78. Зеленська О. О. Особливості формування регіонального споживчого ринку / О. О. Зеленська // Економіка АПК. – 2009. – № 11. – С. 107 – 110.
79. Извеков А. Н. Коммерция – основа функционирования рынка продовольствия / А. Н. Извеков // Достижения науки и техники АПК. – 1999. – № 12. – С. 8 – 11.
80. Ильяшенко С. Н. Хозяйственный риск и методы его измерения : учеб. пособие. / С.Н. Ильяшенко. – Сумы : „Мрія – 1” ЛТД, 1996. – 102 с.
81. Интересы в системе экономических отношений социализма. – К. : Наук. думка, 1974. – 237 с.
82. Іваницька С. Д. Використання бюджетних коштів на підтримку сільськогосподарського виробництва / С. Д. Іваницька // Економіка АПК. – 2003. – № 6. – С. 89 – 93.
83. Іванух Р. А. Аграрна економіка і ринок / Р. А. Іванух, С. Л. Дусановський, Є. М. Білан. – Тернопіль : Екон. думка, 2003. – 256 с.
84. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / під ред. І. В. Сороки. – К. : НМЦВО МОіН України, НВФ “Студцентр”, 2002. – 608 с.
85. Історія економіки та економічної думки : від ранніх цивілізацій до початку ХХ ст. : навч. посіб. / [В. В. Козюк, Л. А. Родіонова, В. В. Кириленко, І. Б. Ковальчук] / за ред. В. В. Козюк, Л. А. Родіонова. – К. : Знання, 2011. – 566 с.
86. Калітєвська Л. А. Програмне управління регіональними ринками / Л. А. Калітєвська // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 66 – 68.
87. Камілова С.Р. До питання щодо створення інфраструктури ринку / С. Р. Камілова // Агроінком. – 2003. – № 1 – 3. – С. 33 – 40.
88. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Т. 2 : Антология экономической классики. / Дж. М. Кейнс. – М., 1991. – 210 с.

89. Кириленко І. Г. Актуальні проблеми розвитку аграрного ринку в Україні в контексті формування балансів продовольчих ресурсів / І. Г. Кириленко // Економіка АПК. – 2004. – № 12. – С. 16 – 23.
90. Кириленко В. В. Економіка : навч. посіб. / В. В. Кириленко. – Тернопіль : Екон. думка, 2002. – 193 с.
91. Кириленко І. Г. Роль мотиваційних чинників у нарощуванні обсягів виробництва аграрної продукції / І. Г. Кириленко, В. П. Кравчук // Економіка АПК. – 2013. – № 5. – С. 108 – 115.
92. Кириленко І. Г. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи / Кириленко І. Г. – К. : ННЦ „Ін-т аграр. економіки“, 2005. – 452 с.
93. Клапків М. С. Питання етимології економічного ризику / М. С. Клапків // Фінанси України. – 2001. – № 4. – С. 14 – 20.
94. Климюк Л. М. Методологічні засади формування маркетингової інфраструктури аграрного ринку / Л. М. Климюк // Методичні основи сучасного дослідження в аграрній економіці : матеріали Міжнар. наук.-теорет. конф., Житомир, 3-5 берез. 2005 р. – Житомир : Держ. агрокол. ун-т, 2005. – Ч. 1. – С. 112 – 116.
95. Климюк Л. М. Розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації як складова інфраструктури аграрного ринку / Л. М. Климюк // Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи : матеріали Всеукр. наук. конф. студентів, магістрів та аспірантів. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – Т. 2. – С. 324 – 327.
96. Ковалевский Г. В. Индексный метод в экономике / Г. В. Ковалевский. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 239 с.
97. Коваленко Ю. С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні (аналітичний огляд і методичні аспекти формування) / Коваленко Ю. С. – К. : ІАЕ УААН, 2004. – 32 с.
98. Коваленко Ю. С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні / Ю. С. Коваленко // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 19 – 29.
99. Коваленко Ю. С. Про стан аграрного ринку України (аналітичний огляд і методичні аспекти формування) / Коваленко Ю. С., Охріменко І. В., Демченко О. В. – К. : ІАЕ УААН, 2004. – 32 с.
100. Козак Л. В. Регулятивні заходи підтримки вітчизняних сільськогосподарських виробників / Л. В. Козак // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 14 – 18.

101. Козачук Н. А. Организация рынка продовольствия в условиях переходного периода / Н. А. Козачук // Достижения науки и техники АПК. – 2001. – № 1. – С. 10 – 12.
102. Козубов М. В. Аналіз і оцінка ситуації на ринку продовольчих товарів в Україні / М. В. Козубов // Економіка АПК. – 2002. – № 6. – С. 88 – 92.
103. Комерційна діяльність / за ред. проф. В. В. Апопія. – Вид. 2-ге, переробл. і доповн. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
104. Концепція державної програми створення сприятливих умов для стабілізації та розвитку тваринництва на 2005-2010 роки // Офіційний вісник України. – 2004. – № 32. – С. 110 – 113.
105. Кооперація в агробізнесі / [Ф. В. Горбонос, Л. А. Янковська, Н. Ф. Павленчик та ін]. – Львів, 2011. – 360 с.
106. Копитець Н. Г. Передумови формування ринкової системи збуту та реалізації сільськогосподарської продукції / Н. Г. Копитець // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 118 – 125.
107. Корінько М. Д. Диверсифікація : теоретичні та методологічні основи : монографія М. Д. Корінько. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 448 с.
108. Костирко І. Г. Ринкові трансформації форм і структур агропромислового виробництва : теорія і практика : монографія / І. Г. Костирко. – К. : ІАЕ НАН України, 1995. – 144 с.
109. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Бизнес-кн., 1995. – 698 с.
110. Котовенко М. А. Чинники державного регулювання агропродовольчого ринку / М. А. Котовенко // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 79 – 81.
111. Крамаренко В. І. Біржова діяльність / В. І. Крамаренко, Б. І. Холод. – К. : ПУЛ, 2003. – 264 с.
112. Криворучко І. М. Використання світових інформаційних ресурсів для потреб аграрного ринку України / І. М. Криворучко // Економіка АПК. – 2000. – № 8. – С. 80 – 88.
113. Кропивко М. Ф. Концептуальні засади реформування управління аграрним сектором економіки України / М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2005. – № 4. – С. 147 – 150.
114. Крысин Ю. Н. Оптовая торговля средствами производства в условиях рыночной экономики : опыт США / Крысин Ю. Н., Мишкова Л. А. – М. : Междунар. отношения, 1992. – 215 с.

115. Левківська Л. М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку / Л. М. Левківська // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2002. – № 9. – С. 415 – 420.

116. Левченко М. О. Фактори визначення внутрішнього та зовнішнього ризиків діяльності підприємства / М. О. Левченко // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки. – 2011. – Т. 1., № 5. – С. 166 – 169.

117. Лехвар М. Роль територіального самоврядування в розвитку сільських регіонів / М. Лехвар // Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України. – Жешов ; Львів, 2003. – С. 67 – 77.

118. Лозинська Т. М. Методологічні підходи до структурування продовольчого ринку України / Т. М. Лозинська // Держава та регіони. – 2006. – № 3. – С. 92 – 97. – (Серія „Державне управління”).

119. Лук'янова В. В. Економічний ризик : навч. посіб. / В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.

120. Лупенко Ю. Про наукову діяльність національного наукового центру „Інститут аграрної економіки” у 2012 році та завдання на перспективу / Ю. Лупенко // Економіка АПК. – 2013. – № 5. – С. 16 – 24.

121. Лупенко Ю. Сучасна місія аграрної економічної науки / Ю. Лупенко // Економіка АПК. – 2012. – № 1. – С. 3 – 12.

122. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки / Макаренко П. М. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 682 с.

123. Макконнелл К. Р. Економикс : принципы, проблемы : в 2 т. / К.Р. Макконнелл , С. Л. Брю. – М., 1992 – . –

124. Малій О. Г. Державна підтримка аграрної сфери / О. Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства : економічні науки. Вип. 32 : Ринкова трансформація економіки АПК. – Харків : ХНТУСГ, 2004. – С. 285 – 295.

125. Малік М. Й. Інститути та інституції у розвитку аграрної сфери економіки / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С. 169 – 176.

126. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств : методологія і механізми : монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.

127. Маренич Т. Г. Економічна та інституціональна підтримка сільськогосподарських підприємств району / Т. Г. Маренич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського

господарства : економічні науки. Вип. 30 : Ринкова трансформація економіки АПК. – Харків : ХНТУСГ, 2004. – С. 8 – 11.

128. Маркс К. Сочинения : в 48 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М. : Политиздат – . –

129. Мармуль Л. О. Оптовий плодоовочевий ринок як складова ринкової інфраструктури / Л. О. Мармуль, А. І. Соловйов // Економіка АПК. – 2002. – № 8. – С. 124 – 126.

130. Марчук Л. П. Формування інноваційних можливостей аграрного виробництва / Л. П. Марчук // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 58 – 63.

131. Мельник Л. Ю. Структура форм господарювання в агросфері економічно високорозвинених країн / Л. Ю. Мельник, П. М. Макаренко // Економіка АПК. – 2003. – № 9. – С. 28 – 37.

132. Мельник Л. Ю. Основи підприємництва та ринкової економіки : навч. посіб. / Л. Ю. Мельник. – К. : Вища шк., 1995. – 175 с.

133. Мельник Ю. Аграрна політика обов'язково має спиратись на ґрунтовний аналіз, проноз і план дій / Ю. Мельник // Пропозиція. – 2006. – № 1. – С. 8 – 11.

134. Месель-Веселяк В. Я. Реформування аграрного сектора України : здобутки і проблеми / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2003. – № 5. – С. 3 – 8.

135. Михайленко О. М. Регіональні особливості динаміки роздрібного товарообігу України в період ринкових перетворень / О. М. Михайленко // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Вид-во ЛКА, 2005. – С. 287 – 295. – (Серія екон. ; вип. 19).

136. Міщенко Н. М. Формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції / Н. М. Міщенко // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 115 – 122.

137. Міщук Г. Ю. Державне регулювання розвитку біржового товарного ринку / Г. Ю. Міщук // Економіка АПК. – 2005. – № 1. – С. 87 – 92.

138. Морган, Л. Г. Стародавнє суспільство або дослідження ліній людського прогресу від дикості через варварство до цивілізації / Л. Г. Морган. – Л. : Вид. Ін-ту народів Півночі і ЦВК СРСР, 1934. – С. 7 – 15.

139. Мороз В. В. Розвиток ринкової інфраструктури в АПК / В. В. Мороз // Економіка АПК. – 2001. – № 3. – С. 82 – 85.

140. Мороз О. Теоретико-методологічні аспекти сучасної парадигми регулювання аграрного ринку / О. Мороз // Вісник ВПІ. – 2004. – № 5. – С. 16 – 22.

141. Мочерний С. В. Економічна теорія : посібник / Мочерний С. В. – К. : Академія, 2003. – 656 с.
142. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження / С. В. Мочерний. – Львів : Світ, 2001. – 416 с.
143. Навроцький С. Систематизація ризиків сільськогосподарських підприємств / С. Навроцький // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : економіка. – 2008. – № 105. – С. 17 – 20.
144. Наконечний Р.А. Філософія знань : навч. посіб. / Р.А. Наконечний, Б.І. Тиндик. – Львів, 2005. – 603 с.
145. Наконечний С. І. Економетрія : підручник / С. І. Наконечний, Т. О. Терещенко, Т. П. Романюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 131 с.
146. Напрями та ефективність інституційної підтримки сільськогосподарських підприємств / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик, І. О. Корчинський // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету : економічні науки. – 2009. – № 2 (25) т. 2. – С. 38 – 51.
147. Науменко В. Впровадження методів прогнозування і планування в умовах ринкової економіки / В. Науменко, Б. Панасюк. – К. : Глобус, 1995. – 193 с.
148. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві у 2013 р. : стат. бюл. / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 41 с.
149. Ноздрева Р. Б. Маркетинг : Как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, А. В. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.
150. Олійник О. Теоретико-методологічні засади державного регулювання аграрного ринку / О. Олійник // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 65 – 79.
151. Оплата праці в ринкових умовах господарювання / Г. В. Черевко, Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, Г. Б. Іваницька // Вчені ЛДАУ виробництву. – Львів, 2007. – Вип. 7. – С. 12 – 13.
152. Організаційно-функціональна модель оптового ринку сільськогосподарської продукції на локальному рівні / Горбонос Ф. В., Павленчик Н. Ф., Павленчик А. О., Корчинський І. О. // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 108 – 120.
153. Організація торгівлі / [В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хом'як] ; за ред. В. В. Апопія. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К. : Центр навч. літ., 2008. – 632 с.

154. Осипов А. Зерновые интервенции – форма государственного регулирования оптовой торговли зерном / А. Осипов // АПК : экономика, управление. – 2007. – № 4. – С. 5 – 9.
155. Основи аграрної економіки : підручник / [В. П. Галушко, Гвідо ван Хуленбрук, О. А. Ковтун та ін.]. – К. : Вища освіта, 2003. – 399 с.
156. Основи економічної теорії / [Мамалуй О. О., Грищенко О. А., Грищенко Л. В. та ін.] ; за заг. ред. О. О. Мамалуя. – К. : Юрінком Інтер, 2003. – 480 с.
157. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. В. Мочерного. – Тернопіль : Тарнекс, 1993. – 686 с.
158. Основи економічної теорії : підручник // [Федоренко В. Г., Ніколаєнко Ю. М., Діденко О. М., Денисенко М. П., Руженський М. М.] ; за наук. ред. проф. Федоренка В. Г. – К. : Алерта, 2005. – 511 с.
159. Основи економічної теорії : політекономічний аспект / відп. ред. Г. Н. Клишко. – [5-те вид., виправл.]. – К. : Знання-Прес, 2004. – 615 с.
160. Основи сільськогосподарського дорадництва в Україні : навч. посіб. для дорадчих служб / за ред. Р. Шмідта. – Львів : Укр. технології, 2003. – 680 с.
161. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2012 р. : стат. бюл. / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 88 с.
162. Основні методологічні положення складання продовольчих балансів : стат. щорічник / Держкомстат України, Департамент статистики сільського господарства та навколишнього середовища. – К., 2006. – 56 с.
163. Основні напрями розвитку виробництва сільськогосподарської продукції в регіоні / Павленчик Н. Ф. [та ін.] // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького. – 2007. – Т. 9, № 4 (35), ч. 2. – С. 147 – 155
164. Основні показники сільськогосподарської діяльності домогосподарств у сільській місцевості у 2012 р. : стат. бюл. / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 19 с.
165. Остапчук А. Д. До аналізу наукових поглядів на формування ринкових відносин / А. Д. Остапчук, Р. П. Саблук // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 86 – 88.
166. Оцінка ефективності інвестиційного проекту / Г. В. Черевко, Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, Г. Б. Іваницька // Вчені ЛНАУ виробництву. – Львів : ЛНАУ, 2009. – Вип. 9. – С. 77 – 79.
167. Оцінка земель : навч. посіб. для студ. ВНЗ / [М. Г. Ступень та ін.] ; за заг. ред М. Г. Ступеня. – Львів : Новий Світ-2000, 2008. – 311 с.

168. Павленчик Н. Ініціативна роль підприємств у формуванні аграрного ринку / Н. Павленчик, А. Павленчик // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2007. – №14 (1). – С. 54 – 59.

169. Павленчик Н. Ринкові чинники формування конкурентоспроможності аграрних підприємств / Н. Павленчик, А. Павленчик // Вісник Львівського державного аграрного університету : Економіка АПК. – 2005. – № 12. – С. 60 – 64.

170. Павленчик Н. Ф. До методики дослідження розвитку кооперації в агробізнесі / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Методичні основи сучасного дослідження в аграрній економіці : матеріали міжнар. наук.-теорет. конф. – Житомир : Держ. агроєкол. ун-т, 2005. – Ч. 2. – С. 104 – 106.

171. Павленчик Н. Ф. Виборність управлінських структур кооперативу в ринкових умовах / Н. Ф. Павленчик, Н. Ф. Павленчик // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2010. – Вип. № 5. – С. 96 – 137.

172. Павленчик Н. Ф. Диверсифікація діяльності оптових ринків / Н. Ф. Павленчик // Аграрна економіка. – 2014. – Т. 7, № 1-2. – С. 108 – 114.

173. Павленчик Н. Ф. Доцільність державної підтримки аграрних підприємств. / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств : матеріали I Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 22 трав. 2012 р. – Львів : ЛНАУ, 2012. – С. 149 – 151.

174. Павленчик Н. Ф. Еволюція розвитку аграрного ринку України / Н. Ф. Павленчик // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С.116 – 121.

175. Павленчик Н. Ф. Інвестиційна обумовленість розвитку ринку сільськогосподарської продукції / Н. Ф. Павленчик // Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання : зб. тез доп. Міжнар. Інтернет-конф. – Луцьк, 2011. – С. 206 – 209.

176. Павленчик Н. Ф. Інноваційні основи ринку сільськогосподарської продукції / Н. Ф. Павленчик // Вісник Львівського національного аграрного університету : економіка АПК. – 2011. – № 18 (1). – С. 62 – 67.

177. Павленчик Н. Ф. Інтеграція і концентрація виробництва в агропромисловому комплексі на засадах кооперативних відносин. / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2006. – № 13. – С. 239 – 244.

178. Павленчик Н. Ф. Канали і способи реалізації сільськогосподарської продукції в ринкових умовах / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Теорія і практика розвитку АПК : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 19-20 верес. 2006 р. – Львів : ЛДАУ, 2006. – Т. 1. – С.281 – 288.

179. Павленчик Н. Ф. Кооперація на ринку сільськогосподарської продукції / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Кооперативні читання 2013 рік : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. – Житомир : ЖНАЕУ, 2013. – С. 151 – 157.
180. Павленчик Н. Ф. Нормативно-правове забезпечення діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції / Н. Ф. Павленчик // Аграрна економіка. – 2013. – Т. 6, № 1-2. – С. 52 – 58.
181. Павленчик Н. Ф. Прогнозування обсягу пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції в контексті процесу ціноутворення / Н. Ф. Павленчик // Економіка АПК. – 2012. – № 4. – С. 64 – 72.
182. Павленчик Н. Ф. Ризики на ринку сільськогосподарської продукції, зумовлені зміною структури виробництва / Н. Ф. Павленчик. // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2013. – № 10. – С. 53 – 57.
183. Павленчик Н. Ф. Ринок та ефективність інституційної підтримки сільськогосподарських виробників / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик // Регіональні проблеми розвитку агропромислового комплексу : зб. наук. доп. – Львів : ЛНАУ, 2009. – С. 209 – 217.
184. Павленчик Н. Ф. Рынок сельскохозяйственной продукции / Н. Ф. Павленчик // Проблемы развития современной экономики : сб. стат. IV Междунар. науч.-практ. конф. – Ставрополь : Логос, 2014. – С. 8 – 12.
185. Павленчик Н. Ф. Стимулювання інноваційної функції ринку сільськогосподарської продукції на стадії виробництва / Н. Ф. Павленчик // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 37 – 42.
186. Павленчик Н. Ф. Теоретичні основи обґрунтування дефініції „ринку сільськогосподарської продукції” / Н. Ф. Павленчик // Економіка АПК. – 2014. – № 1. – С. 85 – 92.
187. Павленчик Н. Ф. Формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції : монографія / Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. – Львів, 2009. – 172 с.
188. Павлишенко М. М. Суспільне виробництво / М. М. Павлишенко. – Львів : ЛСПІ, 1990. – 52 с.
189. Павлишенко М. М. Виробничі відносини і закономірності їх розвитку / М. М. Павлишенко. – Львів : ЛСПІ, 1996. – 106 с.
190. Павлов В. І. Теоретико-методологічні засади застосування системного підходу в наукових дослідженнях / В. І. Павлов – Донецьк : Лебідь, 2002. – 282 с.
191. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектора / Б. Пасхавер // Економіка України. – 2007. – № 1. – С. 78 – 87.

192. Плеханов Д. О. Державне регулювання підприємництва у сільському господарстві / Д. О. Плеханов // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 82 – 84.
193. Політика і розвиток сільського господарства в Україні / за ред. Штефана фон Крамона-Таубаделя, Сергія Зорі, Людвіга Штріве. – К. : Альфа-Принт, 2001. – 277 с.
194. Політична економія : підручник. Ч. 1: Загальна економічна теорія. / під ред. Г. І. Башнянин, П. Ю. Лазур, В. С. Медведєв. – К., 1997. — 302 с.
195. Політична економія : посібник / за ред.. В.О. Рибалкіна, В.Г. Бодрова. – К. : Академвидав, 2004. – 672 с.
196. Попов Н. А. Экономика отраслей АПК : курс лекций / Н. А. Попов. – М. : ИКФ ЭКМОС, 2002. – 368 с.
197. Попович И. В. Методика экономических исследований в сельском хозяйстве / И. В. Попович. – М. : Экономика, 1968. – 230 с.
198. Попович Т. Методичні та практичні підходи до забезпечення системності аналізу ринку споживчих товарів у регіоні / Т. Попович // Наукові записки : зб. наук. праць кафедри економічного аналізу Тернопільського національного економічного університету. –Тернопіль, 2006. – Вип. 16. – С. 118 – 123.
199. Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні на маркетинговий рік / [Ю. Я. Гапусенко та ін.]. – К., 2007. – Вип. № 18. – 169 с.
200. Пошкус Б. Проблемы аграрного рынка в России / Б. Пошкус // АПК : экономика, управление. – 2005. – № 2. – С. 37 – 42.
201. Про внесення змін і доповнень до Закону України „Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві України“ : Закон України // Голос України. – 1992. – 12 черв.
202. Про господарські товариства : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 49. – С. 1403 – 1424.
203. Про Аграрний фонд : Постанова Кабінету Міністрів України від 6 лип. 2005 р. № 543 // Урядовий кур'єр. – 2005. – 13 лип.
204. Про активізацію діяльності біржового ринку продукції агропромислового комплексу та необхідних для його потреб матеріально-технічних ресурсів : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 жовт. 1999 р. № 1928 // Зібрання Законодавства України : постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України. – 1999. – № 12. – Ст. 740.
205. Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 32. – Ст. 268.

206. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 49. – Ст. 527

207. Про додаткові заходи щодо стабілізації ринку зерна : Указ Президента України від 19 трав. 2003 р. № 415 // Урядовий кур'єр. – 2003. – 22 трав.

208. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення : Постанова Кабінету Міністрів України від 14 квіт. 2000 р. № 656 // Офіційний вісник України. – 2000. – №16. – С. 97 – 111.

209. Про затвердження Положення про механізм розрахунків під час закупівлі сільськогосподарської продукції і продовольства для державних потреб та їх реалізації з державних ресурсів через біржовий товарний ринок : Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серп. 1998 р. № 1288 // Зібрання Законодавства України : постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України. – 1998. – № 12. – Ст. 534.

210. Про затвердження порядку визначення критерію, за яким на сільськогосподарських товаровиробників поширюється спеціальний режим обкладання податком на додану вартість та фіксованим сільськогосподарським податком : Постанова Кабінету Міністрів України від 1 берез. 2002 р. // Урядовий кур'єр. – 2002. – 12 берез.

211. Про захист економічної конкуренції : Закон України // Відомості Верховної Ради України – 2001. – № 12. – С. 244 – 264.

212. Про заходи щодо забезпечення захисту майнових прав селян у процесі реформування аграрного сектора економіки : Указ Президента України // Урядовий кур'єр. – 2001. – 1 лют.

213. Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку : Указ Президента України від 6 черв. 2000 р. № 767 // Офіційний вісник України. – 2000. – № 23. – Ст. 931.

214. Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку : Указ Президента України від 8 серп. 2002 р. № 694 // Офіційний вісник України. – 2002. – № 32. – Ст. 1507.

215. Про заходи щодо розвитку аграрного ринку : Указ Президента України // Агрокомпас. – 2004. – № 10. – С. 21 – 29.

216. Про заходи щодо розвитку продовольчого ринку та сприяння експорту сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів : Указ Президента України від 7 серп. 2001 р. № 601 // Урядовий кур'єр. – 2001. – 14 серп.

217. Про заходи щодо стабілізації ситуації на споживчому ринку та розвитку тваринництва в 2001-2002 роках : Указ Президента України від 17 лют. 2001 р. // Урядовий кур'єр. – 2001. – 3 берез.

218. Про заходи щодо створення оптово-продовольчих ринків, організації закупівель сільськогосподарської продукції в господарствах приватного сектора, реформування системи споживчої кооперації : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 берез. 1997 р. № 246 // Зібрання Законодавства України : постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України. – 1997. – № 4. – Ст. 138.

219. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.

220. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України. – К. : Либідь, 1997. – 60 с.

221. Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки : Указ Президента України від 3 груд. 1999 р. № 1529 // Офіційний вісник України. – 1999. – № 49. – Ст. 240.

222. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України // Звід Кодексів і Законів України. – К. : Укр. агентство інформації та друку „Рада“, 2007. – С. 446 – 482.

223. Про оптові продовольчі ринки : Постанова Кабінету Міністрів України від 9 черв. 1999 р. № 997 // Урядовий кур'єр. – 1999. – 11 черв.

224. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov>.

225. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 1. – Ст. 17.

226. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 рр. : Закон України від 09.01.2007 р. № 537 – V // Офіційний вісник України. – 2007. – № 8. – С. 9.

227. Про підприємництво : Закон України від 7 лют. 1991 р. № 698-12 // Приватизація землі та реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств в Україні. Додатки. – К., 1998. – 271 с.

228. Про підприємства в Україні : Закон України від 27 берез. 1991 р. № 887-12 // Приватизація землі та реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств в Україні. Додатки. – К., 1998. – 271 с.

229. Про підтримку сільськогосподарських товаровиробників : Указ Президента України від 2 груд. 1998 р. // Урядовий кур'єр. – 1998. – 3 груд.

230. Про Порядок нарахування, виплат і використання коштів, спрямованих для виплати дотацій сільськогосподарським товаровиробникам за поставлені ними переробним підприємствам молоко та м'ясо в живій вазі

: Постанова Кабінету Міністрів України від 12 трав. 1999 р. № 805 // Зібрання Законодавства України : постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України. – 1999. – № 7. – Ст. 407.

231. Про сільськогосподарську дорадчу діяльність : Закон України від 17.06. 2004 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 38. – Ст. 470.

232. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України // Офіційний вісник України. – 1997. – № 33. – С. 1-15.

233. Про списання заборгованості зі сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) платників податків у зв'язку з реформуванням сільськогосподарських підприємств : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 21. – С. 364.

234. Про створення Аграрної біржі : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 груд. 2005 р. № 1285 // Зібрання Законодавства України : постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України. – 1997. – № 4. – Ст. 138.

235. Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001-2004 років : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 11. – С. 52.

236. Про товарну біржу : Закон України № 1956 від 10 груд. 1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 10. – С. 139 – 145.

237. Проданова І. І. Розробка моделі інфраструктури аграрного ринку регіону (області) / І. І. Проданова // Економіка : проблеми теорії та практики. Вип. 194 : в 5 т. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Т. 1. – 310 с.

238. Райзберг Б. А. Предпринимательство и риск / Б. А. Райзберг. – М. : Знание, 1994. – 64 с.

239. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. / Б. А. Райзберг, А. Ш. Лозовський, Е. Б. Стародубова. – 2-е изд., исправл. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 560 с.

240. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами : стат. бюл. / Гол. управління статистики у Львівській області. – Львів, 2007. – 57 с.

241. Ревенко М. М. Аграрні відносини в Україні : проблеми і їх вирішення / М. М. Ревенко // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 60 – 64.

242. Региональные аспекты аграрных преобразований : политика, реструктуризация, рыночная адаптация / под ред. П. Тиллака и В. Зиновчука. – К. : ІАМО, 2003. – 238 с.

243. Рибалкін В. Ринок як економічний інститут власності / В. Рибалкін // Економіка України. – 2001. – № 2. – С. 42 – 49.

244. Ринкова адаптація продовольчого комплексу України / [за ред. Б. Й. Пасхавера]. – К. : ІАЕ НАН України, 1998. – 264 с.
245. Ринкові перетворення в АПК України : зб. наук. праць/ [за ред. В. Д. Слюсара та ін.]. – К. : ІАЕ НАН України, 2002. – 135 с.
246. Ринок продовольства / [В. І. Бойко, М. П. Коржинський, В. В. Лазня та ін.]. – К. : ІАЕ УААН, 1996. – 280 с.
247. Ринок продовольства : проблеми формування і розвитку / [за ред. П. Т. Саблука, В. І. Бойка, М. Г. Лобаса]. – К. : УкрІНТЕІ, 1993. – 236 с.
248. Риски в современном бизнесе / [Грабовый П. Г., Петрова С. Н., Полтавцев С. И. и др.]. – М. : Атлас, 1994. – 200 с.
249. Розвиток інфраструктури регіонального аграрного ринку / Ф. В. Горбонос, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик, І. О. Корчинський // Вісник аграрної науки Причорномор'я : Міжнар. наук.-практ. конф. „Україна – сільське господарство – СОТ : теорія і практика.“ Спец. вип. 3 (42), т. 1. – Миколаїв, 2007. – С. 111 – 116.
250. Рослинництво України за 2013 р. : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 180 с.
251. Рудик Н. І. Формування ефективного ринку сільськогосподарської продукції : монографія / Н. І. Рудик. – Луцьк : Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2010. – 212 с.
252. Рудніченко Є. М. Загроза, ризик, небезпека: сутність та взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства / Є. М. Рудніченко / Економіка, менеджмент, підприємництво : зб. наук. пр. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2013. – № 25 (1). – С. 188-195.
253. Саблук П. Сучасна аграрна політика України : проблеми становлення / П. Саблук, І. Лукінов, В. Юрчишин. – К. : ІАЕ УААН, 1996. – 664 с.
254. Саблук П. Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С.3 – 17.
255. Саблук П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринку / П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко. – К. : ІАЕ УААН, 2002. – 190 с.
256. Сава А. П. Еволюція організаційної структури аграрного виробництва та її вплив на економічний розвиток сільських територій / А. П. Сава. // Інноваційна економіка. – 2012. – № 5. – С.33 – 38.
257. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку / А. С. Савощенко. – К. : КНЕУ, 2005. – 336 с.

258. Сагайдак А. Опыт государственного регулирования в сельском хозяйстве США / А. Сагайдак // АПК: экономика, управление. – 2002. – № 8. – С. 22 – 29.
259. Самуельсон П. Економіка : підручник / П. Самуельсон. – Львів : Світ, 1993. – 493 с.
260. Семюелсон П. Мікроекономіка / Семюелсон П., Нордгауз А., Вільям Д. ; пер. з англ. – К. : Основи, 1998. – 676 с.
261. Сільське господарство України за 2012 рік : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 392 с.
262. Сільськогосподарська діяльність господарств населення Львівщини у 2006 році : стат. зб. – Львів, 2007. – 150 с.
263. Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина, С. М. Локшиной, Ф. Н. Петрова (гл. ред.) и Л. С. Шаумяна. – [6-е изд., перераб. и дополн.]. – М. : Сов. энциклопедия, 1964. – 784 с.
264. Словарь современных экономических и правовых терминов / [Шимов В. Н., Тур А. Н., Стах Н. В., Каменков В. С., Мальченко С. Н.]. – Минск : Технология, 1999. – 800 с.
265. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. – К. : Гол. ред. Укр. Рад. енциклопедії, 1977. – 775 с.
266. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 654 с.
267. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов народов / А. Смит. // Антология экономической классики : в 2 т. – М. : Эконов, 1991.
268. Снитюк О. І. Оптимізація структури посівних площ і матеріальних витрат на виробництво продукції рослинництва / О. І. Снитюк // Економіка АПК. – 2003. – № 7. – С. 44 – 50.
269. Советский энциклопедический словарь / ред. кол. А. М. Прохоров [и др.]. – М. : Сов. энциклопедия, 1981. – 1600 с.
270. Современная украинская энциклопедия. Т. 12. – Харьков : Кн. клуб „Клуб Семейного Досуга“, 2005. – 416 с.
271. Солодкий М. О. Біржовий ринок / М. О. Солодкий. – К. : Джерела, 2002. – 336 с.
272. Сохацька О. М. Біржова справа / О. М. Сохацька. – Тернопіль : Карт-Бланш, 2003. – 602 с.
273. Сохнич А. Я. Розвиток ринку екологічно чистої продукції сільського господарства в Україні / А. Я. Сохнич, І. П. Соловій, Я. М. Саврук // Економіка АПК. – 2008. – № 10. – С. 92 – 98.

274. Стаханов В. Н. Экономика инфраструктуры общественного производства / В.Н. Стаханов. – Ростов н/Д, 1989. – 315 с.
275. Стегура В. В. Проблеми інфраструктурного забезпечення АПК України / В. В. Стегура // Економіка АПК. – 2004. – № 2. – С. 118 – 122.
276. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. – К. : Знання, 2007. – 317 с.
277. Сучасний тлумачний словник української мови : 50 000 слів / за заг. ред. В. В. Дубічинського. – Харків. : Школа, 2006. – 832 с.
278. Тарасюк С. Г. Розвиток системи сільськогосподарського кредиту в Україні / С. Г. Тарасюк // Економіка АПК. – 2002. – № 9. – С. 114 – 118.
279. Тваринництво України у 2013 р. : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 212 с.
280. Теорія і практика аграрного ринку в Україні / Г. В. Черевко, Г. Б. Іваницька, А. О. Павленчик, О. Ю. Стецович // Вісник аграрної науки. – 2006. – Серп. – С. 11 – 20.
281. Тулуш Л. Д. Удосконалення механізму обчислення податку за сільськогосподарські угіддя / Л. Д. Тулуш // Економіка АПК. – 2003. – № 6. – С. 74 – 79.
282. Україна в цифрах, 2012 р. : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 249 с.
283. Универсальный бизнес-словарь [Л. Ш. Лозовский и др.]. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 640 с.
284. Федус О. Методичні засади дослідження екологічно безпечного використання земель / О. Федус // Вісник Львівського державного аграрного університету : землевпорядкування і земельний кадастр. – 1999. – № 3. – С. 172 – 175.
285. Федько В. П. Инфраструктура товарного рынка / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д : Феникс, 2000. – 512 с.
286. Філоненко О. С. Аграрні відносини: зміст, розвиток, майбутнє / О. С. Філоненко. – К.: Урожай, 1996. – 208 с.
287. Філософський словник / за ред. В. І. Шинкарука. – 2-ге вид. – К. : Рад. енциклопедія, 1986. – 796 с.
288. Формування галузевих ринків України: перехідний період / за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна. – К. : Фенікс, 2004. – 332 с.
289. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практ. посіб. / за ред. П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2000. – 556 с.
290. Функціонування аграрного ринку в умовах глобалізації економіки / [Саблук П. Т., Булорус О. Г., Кваша С. М. та ін.]. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 56 с.

291. Хто блокує створення аграрного фонду? // Сільські вісті. – 2005. – 25 черв.
292. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / за ред. О. М. Шпичака. – К. : ІАН, 2000. – 585 с.
293. Черевко Г. АПК : оцінка реформування та перспективи розвитку / Г. Черевко, Г. Іваницька // Вісник аграрної науки. – 2001. – Спец. вип. – С. 14 – 18.
294. Черевко Г. В. Перспективи і проблеми інтеграції України у Європейський Союз / Г. В. Черевко // Перспективи кооперації в АПК України в умовах інтеграції в Європейський Союз : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 верес. 2005 р. – Львів : ЛДАУ, 2005. – С. 12 – 29.
295. Черевко Г. В. Проблеми і перспективи формування аграрного ринку в Україні / Г. В. Черевко // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2003. – № 10. – С. 3 – 9.
296. Черевко Г. В. Роль державного регулювання у підвищенні ефективності АПК / Г. В. Черевко // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2002. – № 9. – С. 140 – 143.
297. Чесноков В. Л. Біржові операції / В. Л. Чесноков. – К. : Центр навч. літ., 2008. – 192 с.
298. Шаповал П. Д. Ринкова інфраструктура сільськогосподарського регіону як об'єкт державного регулювання / П. Д. Шаповал // Статистика України. – 2002. – № 3. – С. 4 – 7.
299. Шевченко О. О. Регулювання безпеки продовольчої продукції як необхідна умова розвитку продовольчого ринку / О. О. Шевченко // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 76 – 78.
300. Шейко В. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності / В. М. Шейко, Н. Н. Кушнарєнко. – К. : Знання, 2006. – 307 с.
301. Шембель Ю. С. Прогнозування кризового стану підприємства та обґрунтування комплексу заходів антикризового управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук // Ю. С. Шембель. – Дніпропетровськ, 2002. – 21 с.
302. Шканова О. М. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / Шканова О. М. – К. : МАУП, 2004. – 180 с.
303. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг / А. В. Шлійко. – К. : Центр навч. літ., 2008. – 376 с.
304. Шпикуляк О. Г. Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. – № 7. – С. 120 – 127.

305. Шпикуляк О. Г. Проблеми економічних відносин механізму ціноутворення аграрного ринку / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 77 – 82.
306. Экономика : учебник / под ред. А. И. Архипова, А. Н. Нестеренко, А. К. Большакова. – М. : Проспект, 1998. – 792 с.
307. Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. – 3-е изд. – М. : Юрист, 2000. – 894 с.
308. Экономика и право : Энциклопедический словарь Габлера / пер. с нем. ; [под общ. ред. А. П. Горкина, Н. Л. Тумановой, Н. Н. Шаповаловой и др.]. – М. : Большая Рос. энциклопедия, 1998. – 432 с.
309. Экономика предприятия : учебник / [Л. Я. Аврашков, В. В. Адамчук, О. В. Антонова и др.] ; / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. В. А. Швандара. – 2-е изд. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2000. – 742 с.
310. Экономика предприятия : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – М. : Банки и биржи, 2000. – 742 с.
311. Экономикс: принципы, проблемы : в 2 т. / Макконнелл К. Р., Брю С. Л. – М., 1996 – . –
Т. 1. – 1996. – 400 с.
312. Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия / гл. ред. А. М. Румянцев. – М. : Сов. энциклопедия, 1975.
313. Энциклопедический словарь бизнесмена : менеджмент, маркетинг, информатика / под. ред М. И. Молдованова. – К. : Техніка, 1993. – 856 с.
314. Ястремський О. І. Основи мікроекономіки : підручник / О. І. Ястремський, О. Г. Гриценко. – К. : Знання, 1998. – 714 с.
315. Яців І. Б. Дослідження формування пропозиції сільськогосподарської продукції / І. Б. Яців, С. Ф. Яців // Методичні основи сучасного дослідження в аграрній економіці : матеріали Міжнар. наук.-теор. конф., Житомир, 3-5 бер. 2005 р.– Житомир : Держ. агрокол. ун-т, 2005. – Ч. 3. – С. 94 – 91.
316. Яців І. Б. Регіональний ринок м'яса : ефективне функціонування і перспективи розвитку : монографія / І. Б. Яців, С. Ф. Яців. – Львів, 2008. – 185 с.
317. Яців І. Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія / І. Б. Яців. – Львів : Укр. бестселер, 2013. – 427 с.
318. Begg D. Ekonomia : Mikroekonomia / Begg D., Fisher St., Dornbush Rr. – Warszawa : PWE, 2000. – 570 s.
319. Borowska A. Zmiany w spożyciu produktów pochodzenia zwierzęcego w Polsce w latach 1989-1998 / A. Borowska // Stowarzyszenie ekonomistów

rolnictwa i agrobiznesu : roczniki naukowe. – Warszawa ; Poznań ; Zamość, 2000. – T. 2, z. 3. – S. 196 – 202.

320. Czyrerewko G. Społeczno-ekonomiczny rozwój sektora agrarnego w kontekście integracji europejskiej: doświadczenie Pilski i problemy Ukrainy / G. Czyrerewko, F. Horbonos // Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu : roczniki naukowe. – Warszawa ; Poznań ; Zamość, 2005. – T. 7, z. 7. – S. 51 – 57.

321. Czyżewski A. Oczekiwania intrwencji na głównych rynkach rolnych w Polsce w świetle praktyki UE / A. Czyżewski, A. Heinsz // Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu : roczniki naukowe. – Warszawa ; Poznań ; Zamość, 2000. – T. 2, z. 4. – S. 74 – 79.

322. Gradziuk B. Zróżnicowanie gospodarstw rolniczych w województwie lubelskim jako efekt dostosowań do wyzwań gospodarki rznkowej / B. Gradziuk // Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu : roczniki naukowe. – Warszawa; Poznań; Zamość, 2005. – T. 7, z. 7. – S. 87 – 92.

323. Makro i mikroekonomia : podstawowe problemy / pod red. naukowa St. Mrciniaka. – Warszawa, 2002. – 595 s.

324. Materiały warsztatowe Projektu „Wspracie przekształceń społeczno-economicznch wiejskich obszarów przygranicznych Polski i Ukrainy”. – Rzeszów, 2002. – S. 141 – 158.

325. Nasiłowski M. System rynkowy: Podstawy mikro- i makroekonomii / M. Nasiłowski – Warszawa : Key Text, 1998. – 464 s.

326. Organizacja i funkcjonowanie grup producentów rolnych : poradnik informacyjno-szkoleniowy / Praca zbiorowa pod redakcją Witolda Boguty. – Warszawa : Krajowa rada spółdzielcza, 2006. – 200 s.

327. Pizło W. Kanały marketingowe na rynku owoców – wyniki badań empirycznych z rejonu Grójca i Warki / W. Pizło // Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu, roczniki naukowe. – Warszawa; Poznań; Zamość, 2000. – T. II. z. 3. – S. 145 – 149.

328. Podstawy ekonomii / pod. red. nauk. R.Milewski. – Warszawa : PWN, 1998. – 682 s.

329. Polski agrobiznes po wejściu do unii europejskiej – pierwsze efekty i perspektywy. – Ropczyce : Wyższa szkoła inżynieriynjo-ekonomiczna w Ropczycach. – 2005. – 191 s.

330. Samuelson P. Ekonomia 1 / P. Samuelson, W. Nordhaus. – Warszawa : PWN, 2000. – 845 s.

331. Slusarzł G. Materiały warsztatowe Projektu „Wspracie przekształceń społeczno-economicznch wiejskich obszarów przygranicznych Polski i Ukrainy“ / Slusarzł G., Ostromecki A. in. – Rzeszów, 2002. – 199 s.

332. Transformacja rolnictwa Polskiego i Ukraińskiego w latach 90 / pod redakcją naukową Bogdana Klepackiego i Georgija Czerewko. – Warszawa : Wydawnictwo „Wieś Jutra”, 2002. – 154 s.
333. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : agregateria.comtsija.html.
334. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dic.academic.ru>.
335. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dictionary-economics.ru>.
336. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info-library.com>.
337. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ecportal.su/news>.
338. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eme.ucoz.ua/publ>.
339. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fermer.md/fermer/ru>.
340. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://planetadisser.com/see>.
341. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://poiskslov.com/word>.
342. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reshebnik.rv.ua/biznes>.
343. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rynok.shuvar.com>.
344. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrselko.com/upl>.
345. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.arrisp.ru/recycle>.
346. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lol.org.ua>.
347. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.kiev.ua>.
348. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pricereview.com>.
349. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov>.
350. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Наукове видання

Наталія Федорівна Павленчик

**РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ :
МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ
ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Монографія

Літературний редактор Д.В.Микитянська
Коректор Д.В.Микитянська

Підписано до друку 17.06.2014 р.
Папір офс. Друк на різнографі. Гарнітура Times.
Ум. друк. арк. 31,3. Тираж 300 прим.

Видавництво:
ТзОВ «Ліга-Прес»
79006 м. Львів, а/с 11018

Друк:
ФОП «Марусич М.М.»
м. Львів, пл. Осмомисла, 5/11
тел..факс.: (032) 261-51-31