

## ТЕМА VI

### Об'єктивна необхідність формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції в умовах євроінтеграції

#### 1. Сутність та основні функції аграрного ринку

В процесі дослідження теоретичних і методичних основ побудови в Україні ринкової моделі господарювання важливе значення має не тільки глибоке розуміння процесів трансформації аграрного сектора економіки до ринкових умов господарювання, але й формування повноцінного агропродовольчого ринку з метою його адаптації до вимог світового економічного співтовариства. Водночас, потребують узагальнення і уточнення поглядів вчених-економістів на сутність, види, значення понять деяких базових економічних категорій, однією з яких є ринок. Адже, розвиток суспільного поділу праці, економічна відокремленість суб'єктів господарювання за різних форм власності, необхідність обміну продуктами праці стали об'єктивними причинами виникнення ринку.

При визначенні сутності ринку спробуємо використати теорію класиків економічної науки А. Сміта, Д. Рікардо, Д. Мілля, А. Пігу, Дж. Кейнса, П. Самуельсона, В. Нордгауза, Г. Армстронга і Ф. Котлера та ін., віддаючи перевагу не тільки систематизуючим теоріям і досвіду передових країн, але й пам'ятаючи про власні надбання. Адже значний доробок в теорію ринку також внесли відомі українські вчені: В. Андрійчук, О. Березін, В. Геєць, С. Дусановський, С. Кваша, Ю. Коваленко, С. Мочерний, Т. Осташко, О. Точилін, П. Саблук, А. Чухно та ін.

Базова економічна категорія “ринок” є багатоаспектною та багатоваріантною. Розглядаючи ринок через призму історії розвитку, варто зазначити, що даний термін дуже давній. Точного визначення ринку в економічній літературі не існує. Численність підходів до визначення ринку зумовлена, з одного боку, різними сферами їх застосування, а з іншого – використанням категорійного апарату різних економічних теорій (зокрема, декілька визначень ринку подає Оксфордський словник, серед них – сукупність продавців і покупців; місце, де зустрічаються продавці і покупці; умови для купівлі-продажу) [242, с.24]. В енциклопедичному словнику Брокгауза та Ефрона зазначається, що це місце для торгівлі необхідними для життя речами. У древніх греків “ринок” називався *Agora*, а у римлян це місце мало назву *Forum*.

Еволюційний процес становлення і розвитку ринкової системи

відбувався тисячоліттями. В цей період матеріальне виробництво, переважно було натуральним і ринок насичувався невеликими обсягами товарів. По своєму значенню він не відігравав особливої ролі у підтримці обмінних пропорцій у суспільному розвитку і споживанні товарів. З часом удосконалювалось і розвивалось матеріальне виробництво і відповідно зростали обсяги ринкових операцій купівлі-продажу, зростала і роль самого ринку. Із допоміжної ланки технічного характеру він перетворився на координатора економіки.

Одне з перших визначень терміну “ринок” – “місце торгівлі, місце купівлі та продажу товарів”. Такий зміст зберігся і до наших часів як побутовий. У свій час видатний шотландський економіст Адам Сміт підійшов до визначення даного поняття на більш високому абстрактному рівні, висунувши на перший план сам факт взаємодії продавців і покупців, зіставлення попиту та пропозиції, формування ринкових цін [185, с.11].

Характерно, що нині в економічних дослідженнях категорія “ринок” вченими трактується неоднозначно. Різні підходи у тлумаченні сутності ринку пояснюються тим, що на шляху розвитку людських відносин ринок зазнавав відповідних змін в залежності від суспільних умов розвитку економіки держав, мети і завдань, які ставило перед собою суспільство на різних етапах свого розвитку.

Загалом, в економічній літературі сутність ринку висвітлюється у вузькому і широкому розумінні. Вчені, прихильники вузького розуміння вважають, що категорія “ринок” – “... це система економічних відносин між продавцями (виробниками) і споживачами (представниками попиту) окремих товарів та послуг, які формуються під впливом попиту і пропозиції” або “... інститут або механізм, який зводить разом покупців і продавців окремих товарів та послуг” [132, с.23]. Досліджуючи виробництво і попит, саме ринок показує товаровиробникам, що потрібно виробляти і в якій кількості, якої якості, так як через ринок споживачі впливають на виробництво і рівень цін.

Вважаємо, що вищевикладені підходи характеризують лише одну сторону ринку, оскільки не охоплюють виробників, споживачів, посередників, постачальників та інших суб'єктів ринкових відносин. Нині ринок розглядається як тип господарського зв'язку між суб'єктами господарювання або форма функціонування економіки [96, с.9].

У зв'язку з цим П. Самуельсон і В. Нордгауз стверджують, що

“ринок – це механізм через який покупці і продавці взаємодіють щоб визначити ціну і кількість товару” [191, с.18]. Доволі схоже визначення дають відомі американські вчені Г. Армстронг і Ф. Котлер, які вважають, що “ринок – це сукупність наявних і потенційних покупців товару” [26, с.34]. Ці покупці мають спільні потреби чи запити, які можна задовольнити шляхом обміну. Тому розмір ринку залежить від кількості покупців, які відчувають потребу в будь-якому товарі, які мають кошти для здійснення угоди та бажання запропонувати ці кошти в обмін на потрібний їм товар.

У більш широкому розумінні економічна категорія “ринок” охоплює декілька понять. Насамперед це розуміння ринку як “системи економічних відносин, що складаються у процесі виробництва, обігу й розподілу товарів, а також руху грошових коштів, для яких характерна свобода суб’єктів у виборі продавців та покупців, визначенні цін, формуванні й використанні матеріальних й фінансових ресурсів” [64, с.420]. Регулюючу роль при таких відносинах здійснює держава, шляхом запровадження непрямих економічних регуляторів (податки, митні платежі, бюджетні асигнування, кредитні ресурси та ін.).

За Мочерним С.В. “ринок – це сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами, а також між державами і наднаціональними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва” [98, с.235].

Вищенаведене трактування ринку є досить глибоким, адже воно охоплює як відносини купівлі-продажу товарів і послуг, так і відносини власності, матеріального виробництва, економічного механізму розподілу та споживання тощо. У наукових працях вчених наведено і низку інших визначень категорії “ринок”, які характеризують ті чи інші його риси, в залежності від його ролі в житті суспільства.

На нашу думку найбільш продуманим є визначення ринку, що вироблено в рамках інституціональної теорії. З точки зору інституціоналізму ринок є структурою, що охоплює різні інститути: закони, правила гри, кодекси поведінки, типи відносин і зв’язків [159, с.6]. Прибічник інституціоналізму Д. Норт трактує ринок як систему інститутів, одні з яких збільшують ефективність, а інші – знижують [150, с.94]. Аналогічні визначення ринку в

рамках інституціональної теорії належить Дж. Ходжсону, який вважає, що "... ринок це набір соціальних інститутів, в рамках яких регулярно відбувається велика кількість актів обміну специфічного типу, причому дані інститути певною мірою сприяють цим актам обміну і надають їм структуру" [221, с.256]. Захист правових процедур на організованому ринку переважно здійснюється через укладення контрактів між суб'єктами ринку.

Дослідження показують, що ринкові відносини в процесі свого розвитку та ролі ринку в житті людей зазнавали постійних змін. Цей складний еволюційний процес суспільства, загалом, можна охарактеризувати трьома основними рівнями економічного розвитку: виробництво, економіка, ринкова економіка.

Саме ринкова економіка привела до якісних змін в економічному розвитку людства і своєю довершеністю довела, що їй немає альтернативи у вирішенні головних економічних завдань, зокрема: ринок забезпечує взаємозв'язок виробництва і споживання; ринок гарантує суспільну оцінку результатів праці відособлених товаровиробників; ринок створює умови для високої ефективності виробництва [51, с.112]. Тобто, ринок – це специфічна сфера обміну товарами і послугами, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу товарів, їх просування від виробника до споживача. Прийнято розрізняти місцевий, національний (внутрішній) та світовий ринок, де основними елементами ринкового механізму виступає ціна, попит, пропозиція.

Серед багатьох нині функціонуючих галузевих ринків, одним з досить давніх явищ людської цивілізації, розвитку економіки багатьох країн світу є аграрний ринок. З давніх часів першими предметами обміну були саме результати праці землеробських і скотарських племен, тобто продукти сільського господарства [119, с.47]. З плином часу, з використанням надбань світової науки в економічній діяльності людей сільськогосподарський ринок набув якісно нових форм і зайняв домінуюче місце серед багатьох товарних ринків. Сучасний напрям розвитку науки про ринок, виділяє в окремий галузевий ринок – аграрний ринок (нерідко ототожнюється як сільськогосподарський, продовольчий або агропродовольчий), на якому переважно предметом купівлі-продажу є сільськогосподарська продукція і агропродовольчі товари. З часу його виникнення і до наших днів аграрний ринок за-

лишається дуже простим за формою і надійно служить задоволенню потреб кожного жителя як покупця, продавця чи споживача продуктів харчування [119, с.47].

Ринкові трансформації аграрного сектора України, які супроводжуються розвитком ринкових відносин потребують нових методів в організації агропродовольчого ринку як складної економічної системи, в якій взаємодіють багато елементів, притаманних ринковій економіці.

З економічної точки зору, “... аграрний ринок як сфера взаємодії продавців і покупців, пов’язаних системою обмінних товарно-грошових відносин, охоплює безпосередніх виробників і споживачів сільськогосподарських товарів та представників ринкової інфраструктури – посередників” [157, с.138].

Коваленко Ю.С. вважає, що “аграрний ринок – це система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб її громадян” [119, с.50]. Вважаємо, що вищевикладене трактування аграрного ринку досить вичерпно характеризує його цільове призначення, як цілеспрямовано і структурно упорядкованої системи управління агропромисловим виробництвом. Кінцева мета такої системи – чітка організація обмінних процесів сільськогосподарською продукцією і агропродовольчими товарами для задоволення потреб споживачів. Якщо у попередніх визначеннях вони виступали як аналог ринку чи його атрибут, то в запропонованому – це засіб. Характерно також і те, що система управління складається з відповідних установ, методів та ресурсів.

На думку Білика Ю.Д. “... ринок продовольства в економічному відношенні визначає сферу взаємодії суб’єктів ринку по забезпеченню виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, тобто продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції” [36, с.178]. Предметом купівлі-продажу на агропродовольчому ринку виступають сільськогосподарська продукція і продовольство. Місткість такого ринку визначають обсяг виробництва, його спеціалізацію, рівень купівельної спроможності населення та інші чинники. В нинішніх умовах приватної власності на засоби виробництва й відособленості товаровиробників, агропродовольчий ринок стає

єдиною формою економічних зв'язків між ними, регулятором пропорцій розвитку, галузей національної економіки й розподілу трудових засобів, реалізації основної мети ринкової економіки – забезпечення дохідності виробництва, поповнення бюджетних надходжень і забезпечення потреб споживачів.

Ефективність функціонування аграрного ринку залежить від повноти виконання своїх функцій та цілей, що за його допомогою досягаються (рис. 1.1).



**Рис. 1.1. Схема функцій і їх змісту у формуванні та функціонуванні аграрного ринку**

При формуванні та забезпеченні функціонування аграрного ринку прийнято виділяти такі функції: соціальну, виявлення ринкових цін, стимулюючу, селективну, координаційно-управлінську.

Найважливішою серед них є результативна соціальна функція аграрного ринку. Адже для гарантування продовольчої безпеки держави, аграрний ринок повинен забезпечувати населення належною кількістю продуктів харчування та продовольчих товарів сільськогосподарського походження.

Друга функція – виявлення ринкових цін – генерація ринкових цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство, як таких, що складаються виключно під впливом попиту та пропозиції, врівноважених ринкових цін. Одночасно з генерацією ринкових цін ця функція має виконувати і техніко-економічне завдання щодо сприяння так званому товаропросуванню, тобто переміщенню товарних потоків продукції від виробника до споживача. В залежності від конкретних особливостей окремих товарів, як предметів обміну використовуються такі елементи ринкової інфраструктури: товарні біржі, ф'ючерсні біржі, оптово-продовольчі ринки, ярмарки, аукціони, міські ринки, магазини, палатки, тощо.

Стимулююча функція охоплює заохочення виробництва потрібних споживачеві товарів, яка проявляється у визначенні ступеня суспільної необхідності та значимості вироблених товарів.

Суть селективної функції полягає в тому, що за допомогою конкуренції, тобто за рахунок дії об'єктивних економічних законів (попиту та пропозиції) конкурентними важелями ринок здійснює вибір найбільш ефективних операторів з боку пропозиції. В цій ситуації витримує конкуренцію лише той хто пропонує споживачеві більш вдале поєднання ціни та якості. В селективній функції втілюється механізм саморозвитку, самовдосконалення виробництва з використанням фундаментальної ідеї ринкової економіки – ідеї конкуренції.

Координаційно-управлінська функція властива сучасному ринку, в якому поруч з конкуренцією співіснує ще й співробітництво конкурентів. Вона здатна забезпечити дотримання суто ринковими важелями бажаних пропорцій в обсягах виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів в межах агропромислового комплексу України з урахуванням зовнішніх економічних зв'язків. Проте, на практиці в повному обсязі аграрний ринок цю функцію не виконує і тому вона як правило доповнюється державним регулюванням.

## 2. Вплив держави на процеси що відбуваються на ринку агропродовольчої продукції

Державний регульований вплив на процеси, які відбуваються на цьому ринку вкрай необхідний. Особливо вимагають докорінного удосконалення розподільні відносин. Досягти цього можна внаслідок агропромислової інтеграції, тобто, організаційного поєднання сільськогосподарського і технологічно пов'язаного з ним промислового виробництва з метою одержання кінцевої продукції із сільськогосподарської сировини, і досягнення більшої економічної вигоди завдяки взаємній матеріальній заінтересованості і відповідальності всіх учасників агропромислового виробництва за кінцеві результати господарювання.

Для глибокого системного аналізу аграрного ринку окремі українські вчені рекомендують враховувати, що підсистеми цього ринку, хоча їх кількість співпадає з кількістю функцій аграрного ринку, не закріплюються, а лише спеціалізуються на виконанні якоїсь однієї, приймаючи участь в забезпеченні дії кількох [133, с.13-14]. Це положення проілюструємо у вигляді матричної моделі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Матрична модель повноти участі підсистем аграрного ринку у виконанні його функцій

Підсистеми аграрного ринку	Функції аграрного ринку				
	соці-альна	вияв-лення ринко-вих цін	стиму-лююча	селек-тивна	кордина-ційно-упра-влінська
Платоспроможний попит	+++	x	+++	x	x
Персоніфікація продуктових ринків	x	—	x	x	+++
Ринкова інфраструктура	—	+++	++	+++	—
Біполяризація продуктових ринків	++	—	+	—	++
Державне регулювання	+	++	++	—	+

Умовні позначення:

- +++ вирішальна участь у виконанні функцій;
- ++ вагома участь у виконанні функцій;
- + часткова участь у виконанні функцій;
- протидія виконанню функцій;
- x відсутність впливу на виконання функцій.

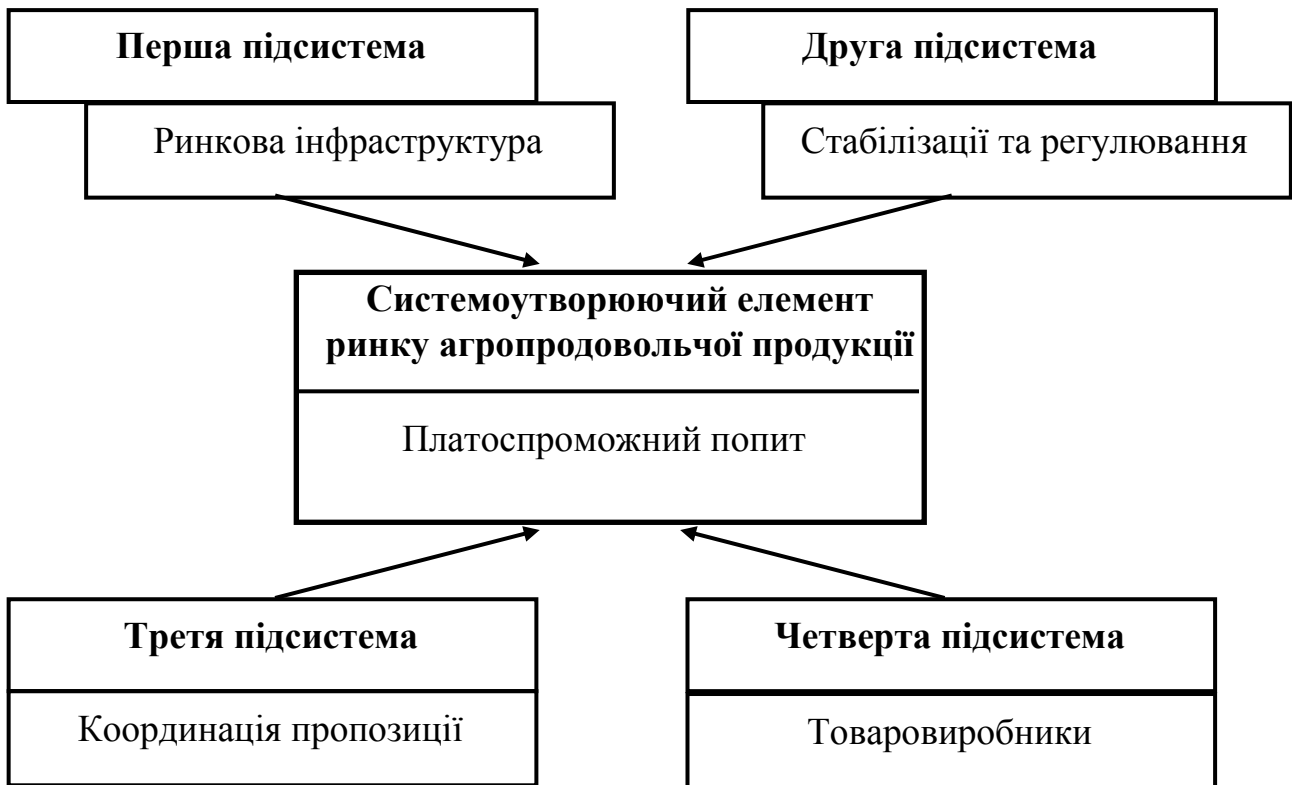


Наведена матрична модель показує участь підсистем аграрного ринку у виконанні його функцій. Виділено три рівні повноти участі – вирішальна, вагома, часткова, один рівень протидії та констатація відсутності впливу підсистеми на виконання функцій. У виконанні соціальної функції вирішальна роль належить платоспроможному попиту, вагома – біполяризація ринку, часткова – державному регулюванню, а ринкова інфраструктура за певних умов може протидіяти виконанню ринком свого соціального призначення. У виявленні ринкових цін вирішальне значення має ринкова інфраструктура, вагоме – державне регулювання, а персоніфікація продуктових ринків та біполяризація ринку цьому протидіють. Прояв стимулюючої функції забезпечується платоспроможним попитом, ринковою інфраструктурою та державним регулюванням, частково біполяризацією ринків при індіферентному ставленні персоніфікації до цієї функції. Селективна функція забезпечується ринковою інфраструктурою при протидії державного регулювання та біполяризації ринків. Координаційно-управлінська функція виконується за допомогою персоніфікації продуктових ринків, їх біполяризації та державного регулювання при протидії ринкової інфраструктури як потенційного носія загрози злетів та падінь ринкових цін.

В цьому контексті важливо розглянути систему побудови ринку агропродовольчої продукції, яка дає можливість визначити зміст його формування. Оскільки в рамках системного підходу організацією вважається створення системи із необхідних ресурсів, то формування агропродовольчого ринку можна вважати його організацією. Вона передбачає визначення складових системи як функціональних підсистем. Для цього потрібне глибоке знання складу системи, закономірностей її функціонування та чітке формулювання мети створення кожної підсистеми й системи в цілому.

### **3. Структура системи ринку агропродовольчої продукції**

Узагальнюючи погляди вчених-економістів [119, с.51-54; 19, с.30], структуру системи ринку агропродовольства можна подати як органічно цілісну сукупність таких взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем (рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Структура системи ринку агропродовольчої продукції**

Як видно з рис. 1.2 системоутворюючим елементом системи ринку агропродовольчої продукції виступає платоспроможний попит населення. Перша підсистема, яка взаємодіє безпосередньо з операторами ринку, як з боку попиту, так і з боку пропозиції – ринкова інфраструктура. Її завдання – генерування ринкових сигналів стосовно попиту та ринкових цін на сільськогосподарську продукцію і продовольчі товари. До складу цієї підсистеми входять суб'єкти ринку, які здійснюють генерування цін попиту та пропозиції – товарно-сировинні біржі, аукціони, оптові продовольчі ринки, міські ринки, збутова мережа сільськогосподарських та переробних підприємств, а також в окремих випадках районні агроторгові дома та постачальницько-збутові кооперативи в селах.

Друга підсистема системи ринку агропродовольчої продукції враховує ту незаперечну обставину, що фрітредерські моделі ринку на принципах “laisser faire, laisser passer” потенційно несуть у собі загрозу незбалансованого зростання та немотивованих цінових “сплесків” і “провалів”. Тому потрібна дієва підсистема

стабілізації й регулювання ринкового середовища [133, с.14]. При її створенні слід враховувати багатий світовий досвід у цій справі та особливості аграрної економіки України. Стабілізаційні ланки ринку агропродовольства можуть мати державну природу і певною мірою спиратись на адміністративні методи (канадська та австралійська моделі зернового ринку).

Вирішення завдань окремих продуктових секторів агропродовольчого ринку, які пов'язані з гарантією продовольчої безпеки покладаються на третю підсистему ринку – координації пропозиції. Традиційно в цьому напрямі також передбачається використання державних інститутів і методів у вигляді державних продуктових програм, забезпечених бюджетним фінансуванням. Проте, практика показує, що поки що не запроваджено дієвого організаційно-економічного механізму втручання держави в обмінні процеси на ринку агропродовольчої продукції, від чого потерпають, в першу чергу, сільськогосподарські товаровиробники. В певний період надії покладалися на Закон України “Про закупівлю товарів, робіт та послуг за державні кошти” (2000 р.) який спрямований на сприяння розвитку конкуренції у сфері державних закупівель і забезпечення прозорості обміну через організацію відкритих торгів. Проте і на сьогоднішній день його важливі положення залишаються в основному продекларованими. За цієї причини обмінні процеси на ринку агропродовольчої продукції продовжують залишатися економічно слабкочереваними. Це значно погіршує становище сільськогосподарських товаровиробників з огляду на ту обставину, що вони є ринкотвірними суб'єктами з незначними можливостями впливу на обмінні і розподільні процеси.

Четверта підсистема агропродовольчого ринку охоплює сільськогосподарське виробництво в якому також необхідно формувати належне розуміння особливостей функціонування кожного укладу та галузі в ринкових умовах, можливостей, шляхів і доцільності різноманітних форм самоорганізації та самоуправління операторів ринку, неминучості й необхідності їх перетворення з пасивних пристосуванців до ринкової кон'юнктури на активних її творців, переходу від пасивного очікування державної фінансової допомоги до аргументованої колективної коректної законної постановки відповідних питань і проблем в органах

державного та господарського управління аграрним сектором України.

**З вищевикладеного випливає, що системна основа побудови ринку агропродовольчої продукції вимагає науково обґрунтованих дій, головним в яких виступає стратегічна спрямованість щодо насичення його конкурентоспроможною агропродовольчою продукцією у зв'язку із викликами внутрішнього і зовнішнього ринків.**

#### **4. Особливості агропродовольчого ринку**

Слід зауважити, що агропродовольчий ринок має ряд характерних особливостей, які необхідно врахувати для забезпечення злагодженої роботи всіх його суб'єктів, зокрема:

- агропродовольчий ринок займає особливе місце в структурі аграрного ринку України, є визначальним результатом функціонування аграрного сектора і підприємств з переробки сільськогосподарської продукції. На ефективність його функціонування справляє безпосередній вплив ринок землі, ринок праці, ринок інвестиційних товарів та інші важливі складові елементи. Стабільність його функціонування і науково обґрунтована насиченість сільськогосподарськими продуктами і агропродовольчими товарами є ключовим завданням і метою подальшого розвитку агропромислового комплексу України;

- агропродовольчий ринок якісно виділяється серед інших товарних ринків сукупністю товарів, що на ньому реалізуються. Вони об'єднані в групи продуктів харчування, до яких відносять: зерно і хлібопродукти, м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти, риба і рибопродукти, яйця і яйцепродукти, цукрові буряки та цукор, кондитерські вироби, насіння соняшнику, олія і олієпродукти, фрукти, плоди і ягоди, овочі і продовольчі баштанні, безалкогольні напої тощо. Ці групи товарів складають основу відповідних продуктових ринків, які тісно між собою поєднані через платоспроможний попит населення на продукти харчування та певну взаємозамінність останніх;

- агропродовольчі товари порівняно з іншими видами продукції мають високий рівень взаємозамінності і в той же час низьку еластичність за доходами, а також обумовленість обсягів ви-

робництва не лише платоспроможним попитом, але й фізіологічними нормами споживання тощо;

- на агропродовольчому ринку реалізуються товари першочергової потреби – продовольство, що має досить важливе значення для існування людини. Тому агропродовольчий ринок потрапляє в сферу не лише економічних, соціальних, але й політичних інтересів суспільства;

- на агропродовольчий ринок впливають сезонність виробництва сільськогосподарської продукції та її споживання, обумовлене біотехнологічним характером сільського господарства;

- залежність пропозиції на ринку агропродовольства від природно-кліматичних умов. При цьому, внаслідок нееластичності попиту на продовольчі товари, на ринку агропродовольства виникає парадоксальна ситуація, коли для усієї сукупності сільськогосподарських товаровиробників може бути краще, коли погода є несприятливою, а урожай – низьким. Адже при високому врожаї, у випадку нееластичності попиту, зменшуються доходи товаровиробників, що обумовлює спробу обмежити загальний обсяг пропозиції.

Стратегічно важливим завданням національного агропродовольчого ринку є забезпечення продовольчої безпеки держави, яка визначається багатьма чинниками. Ефективне вирішення продовольчої безпеки держави академік УААН В.М. Трегобчук, в першу чергу, пов'язує із стабільним та ефективним функціонуванням національного агропромислового комплексу, зокрема його аграрної сфери та наявністю всебічно розвинутого і прозорого агропродовольчого ринку, насичення його високоякісними та екологічнобезпечними продуктами харчування [211, с.157]. Безперечно, що розв'язання належним чином проблеми продовольчої безпеки залежить від збалансованості між попитом і пропозицією та цінової ситуації на агропродовольчому ринку, рівнів доходів і купівельної спроможності населення країни.

Створення необхідних передумов для ефективного вирішення проблем продовольчої безпеки держави і формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції вимагає цілеспрямованого відтворення і модернізації на прогресивній техніко-технологічній основі та раціонального використання ресурсного потенціалу вітчизняного АПК. Це стосується, насамперед, матеріально-технічної бази сільськогосподарського виробництва,

адже без нарощування й оновлення якої з використанням сучасних досягнень науково-технічного прогресу і формування досконалої, ефективної та енергозберігаючої системи машин і механізмів в усіх аграрних формуваннях практично неможливо вирішити вище зазначені завдання. В першу чергу це пов'язано з тим, що функціонуюча вітчизняна система сільськогосподарських машин і технологій є вкрай зношеною, морально застарілою і неефективною. Тому за таких умов виробляти конкурентоспроможну агропродовольчу продукцію неможливо, як і домогтися стабільного функціонування вітчизняного ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції.

Зважаючи на те, що в науковій термінології для забезпечення продовольчої безпеки держави застосовуються різні тлумачення ринку на якому предметами купівлі-продажу є сільськогосподарська продукція і продовольство, слід вирізнити поняття “аграрний ринок” та “ринок агропродовольчої продукції”.

Вважаємо, що аграрний ринок – це товарний ринок, який пов'язаний із забезпеченням сільського господарства необхідними для нього засобами виробництва, послугами та прогресивними технологіями, з реалізацією вироблених товарів по ефективних збутових каналах. В свою чергу, ринок агропродовольчої продукції обмежується лише виробництвом, заготівлею, реалізацією і подальшим товаропросуванням до споживача сільськогосподарської продукції та продовольства.

**Загалом, категорію “ринок агропродовольчої продукції” слід характеризувати як ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави.**

У системі відносин ринку агропродовольчої продукції можна виділити дві складових. Одна з них – гарантія вільної поведінки на ринку сільськогосподарських та інших виробників і покупців на всіх рівнях, що визначає оптимальне співвідношення попиту і пропозиції. Інша – економічні механізми регулювання ринку, вдале поєднання ринкового саморегулювання з державним регулюванням,

мета яких – орієнтувати суб'єктів ринку на ефективну діяльність. Державне регулювання агропродовольчого ринку буде ефективним лише за умови максимального врахування інтересів всіх суб'єктів ринку, в першу чергу це справедливий розподіл прибутків між ними.

## **5. Інфраструктура агропродовольчого ринку**

Стабільне функціонування продуктових ринків вимагає створення розвиненої інфраструктури агропродовольчого ринку, тобто комплексу елементів, які б обслуговували ринковий механізм. Формування ринкової інфраструктури передбачає обслуговування ринкового процесу товарообміну для забезпечення його стабільності, надійності, прозорості та ефективності. Схематично організацію ринкового середовища агропродовольчого ринку можна представлено таким чином (рис. 1.3).

В інфраструктуру агропродовольчого ринку входять перш за все оптова і роздрібна торгівля, вся торговельна мережа, підприємства тощо, головне призначення яких – забезпечити купівлю-продаж агропродовольчих товарів; аукціони, ярмарки, агроторгові дома, комерційні посередницькі центри і товарні біржі, завданням яких переважно є заміна розподільчої сітки органів матеріально-технічного постачання і збуту при збереженні і розвитку їх матеріальної бази.

Реалізація агропродовольчої продукції відбувається в основному за двома напрямками – через оптову та роздрібну торгівлю. Оптова торгівля пов'язана з постачанням товарів і послуг ринковим посередником роздрібній торгівлі, корпоративним клієнтам і є основною складовою ланцюга руху товарів від виробника до споживача, а роздрібна торгівля – безпосередньо споживачам.

Для кожного каналу реалізації характерні суттєві відмінності як у методологічних принципах відображення процесу реалізації, так і в його документальному оформленні, веденні аналітичного обліку, узагальненні даних, побудові облікових реєстрів, інформаційному забезпеченні звітності.



Рис. 1.3. Схема організації ринкового середовища ринку агропродовольчої продукції



Вибір каналів збуту сільськогосподарської продукції і продовольства зумовлюється багатьма чинниками: кон'юнктурою і ступенем відкритості місцевих ринків сировини і продовольства, наявністю власних потужностей з переробки сільськогосподарської продукції, складських приміщень, доступністю існуючих баз зберігання, транспортних тарифів та ін.

В ринковій системі господарювання становлення і розвиток ринку агропродовольчої продукції характерне тривалим процесом створення системи організацій, установ, підприємств та налагодження методів їхньої діяльності, які скеровані на здійснення обмінних операцій пов'язаних з купівлею-продажем.

В структурному відношенні агропродовольчий ринок охоплює продуктові ринки, тобто певні сегменти цього ринку, на якому предметом купівлі-продажу виступають сільськогосподарська продукція та продовольчі товари. Так, в країнах Європейського Союзу створено і вже багато років функціонують понад 20 таких продуктових ринків: зерна, цукру, овочів, фруктів, льону, конопель, хмелю, тютюну, вина, яловичини, свинини, птиці, молока та молочних продуктів, баранини і ягнятини, сухих кормів білкових культур та ін. [188, с.7]. Для кожного з них відпрацьована чітка система державного регулювання, для підтримки спрямовуються відповідні бюджетні кошти. Кожному з цих ринків властива система державного регулювання, яке забезпечують національні установи та організації.

В організованому ринковому середовищі ринкові відносини, які формуються між покупцями і продавцями створюють можливості вільно обмінюватися матеріальними благами на різних конкурентних ринках. Ринковій конкуренції притаманна економічна боротьба між товаровиробниками, постачальниками і споживачами товарів за найвигідніших умов їх виробництва, реалізації або споживання. Це водночас, метод вибору оптимального господарського рішення між ними. Економічна доцільність щодо вибору правильного рішення підтверджується станом ринкової рівноваги між попитом та пропозицією на конкретному продуктовому ринку. На думку А. Ласкавого неконкурентна економіка практично не несе в собі необхідних елементів розвитку і гине [51, с.115].

В умовах належно відлагоджених ринкових відносин конкуренція спонукає до пошуку нових, більш досконалих організацій-

них форм бізнесу, до розробки і впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Виходячи із умов, де основою є конкурентні переваги можна виокремити найбільш характерні типи ринкової структури: “чиста конкуренція”, “монополістична конкуренція”, “олігополія”, “чиста монополія” (табл. 1.2).

**Таблиця 1.2**

**Типологічна характеристика моделей ринку**

Характерна ознака	Модель ринку			
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість фірм	Велика кількість	Багато	Декілька	Одна
Тип продукту	Стандартизований	Диференційований	Стандартизований або диференційований	Унікальний
Контроль за ціною	Відсутній	У досить вузьких межах	Обмежений взаємозалежністю; істотний при змові	Значний
Умови вступу до галузі	Перешкоди відсутні	Порівняно легкі	Наявність значних перешкод	Блоковані
Нецінова конкуренція	Відсутня	Значний упор на рекламу, “бренди” тощо	Дуже типова, особливо при диференціації продукту	Здебільшого реклама зв’язків фірми з громадськими організаціями
Приклад	Сільське господарство	Роздрібна торгівля	Виробництво автомобілів, сільськогосподарської техніки	Місцеві підприємства загального користування

*Джерело:* [132, с.451].

Виходячи з типологічної характеристики моделей ринку, окремі вчені-економісти вважають ринок агропродовольчої продукції ринком з чистою (досконалою) конкуренцією [51, с.113].

В системі агробізнесу ринок агропродовольчої продукції

дійсно відповідає більшості критеріїв даної ринкової структури на якому настільки велика кількість продавців і покупців, що за рідкісним винятком жодна людина чи група людей не спроможна контролювати ринок щодо окремих видів агропродовольчої продукції. Саме тому цей ринок на якому виробництво і пропозицію сільськогосподарської продукції здійснює велика кількість незалежних один від другого товаровиробників, можна вважати ринком з чистою (досконалою) конкуренцією. Головні учасники ринку (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства) вважаються чистими конкурентами між собою.

Агропродовольчий ринок є досить обширним відносно потенційної пропозиції кожного з них. Це дає можливість безперешкодно поглинути запропоновану пропозицію товарів. Загальні обсяги сільськогосподарського виробництва і ціна товару кожного окремо взятого товаровиробника не можуть впливати на ринкові ціни і на ситуацію інших виробників. На відміну від виробників інших моделей ринку, виробники чистої конкуренції тією чи іншою мірою не контролюють ситуації на ринку, тобто не мають монопольного впливу.

Коли ринок сільськогосподарської продукції розглядати комплексно, як вважає В.Г. Андрійчук, тобто "... як ринок продавців і покупців, і як структуризоване явище за окремими його сегментами (підсистемами), для яких притаманна своя ринкова інфраструктура, специфічність домінуючого на такому сегменті (продуктовому ринку) виду сільськогосподарської продукції, різне співвідношення між продавцями і покупцями та особливості дії важелів державного регулювання, то така точка зору навряд чи є справедливою" [19, с.30].

З таким висновком слід погодитись, адже основна причина полягає в тому, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції (якщо займаються, то в незначних обсягах), а реалізують її суб'єктам господарювання третьої сфери АПК, або ж посередникам, котрі за своєю чисельністю як покупці, значно поступаються чисельності продавців. Розрив в такій чисельності нерідко збільшується на місцевих ринках аж до появи покупців – монополістів. Через свою відносну нечисельність переробні підприємства володіють сильною ринковою владою,

диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, перш за все встановлюють ціни на неї.

Ефективне функціонування цивілізованого агропродовольчого ринку обумовлено не стільки визначенням його необхідності, скільки витратами часу на пошук свого місця і напрямів діяльності в економічній системі координат області, регіону, країни, а з входженням України до СОТ – в більш глобальному вимірі. Саме тому міру економічного виживання і ступінь адаптації суб'єктів ринку до підвищених світових вимог буде визначати рівень конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність агропродовольчої продукції – сукупність споживчих властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений момент часу. Конкурентоспроможність продукції, як перемінна величина має якісну і кількісну характеристики.

Якісні параметри продукції (ціна реалізації, собівартість), які враховуються при протистоянні конкурентів є головним критерієм для покупця. Особливо важливого значення це набуває у зв'язку з розширенням сфери впровадження нових енергозберігаючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції, якість якої в Україні, як свідчать результати досліджень, значно погіршується [126, с.17].

Конкурентоспроможність продукції за її якісними характеристиками в свою чергу підвищує конкурентоспроможність підприємства як суб'єкта ринку, в другу чергу – забезпечує вищу прибутковість виробництва, сприяє виходу суб'єктів ринку на зовнішній ринок, повніше задовольняє потреби суспільства.

Дослідження показують, що конкурентоспроможність агропродовольчої продукції справляє вагомий вплив як на національний ринок, так і на формування експортного потенціалу України, адже агропродовольчі товари традиційно займають на ньому вагоме місце. За даними Держкомстату України частка агропродовольчої продукції в останнє десятиріччя становила 10-20% від загального експорту країни. Тому від здатності аграрного сектора витримати зростаючий конкурентний тиск, що є результатом загальної лібералізації світової торгівлі та прийнятими Україною зобов'язаннями в рамках вступу до СОТ багато в чому залежатиме і загальний макроекономічний розвиток країни [130, с.131].

Для досягнення конкурентоспроможного розвитку АПК й

ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції необхідно радикально вирішити проблему короткострокового і довгострокового кредитування, в першу чергу сільського господарства, в тому числі і комерційними банками. Основна причина, що не спонукає такі банки вкладати кошти в аграрну сферу, це – високий ризик, оскільки аграрні підприємства різних форм власності не мають можливості вчасно повертати надані кредити. Для цього слід вирішити дві взаємопов'язані проблеми: перша – пряма державна бюджетна підтримка аграрного виробництва через надання позичок на тривалий період (5-10 років) під низькі відсотки; друга – гарантування державою повернення до 80-90% позичкових коштів, які банки або інші інвестори спрямовують на розвиток агропромислового виробництва.

На нашу думку, з конкурентоздатною екологічно чистою агропродовольчою продукцією Україна може зайняти, поки що, незаповнену нішу перш за все на найбільш географічно приближеному високо конкурентному агропродовольчому ринку країн Європейського Союзу. Це вимагає широкомасштабної організаційної та інституціонально-правової роботи щодо стимулювання розвитку органічного агровиробництва.

Отже, з метою здійснення конкурентної боротьби в сучасних умовах, кожний суб'єкт агропродовольчого ринку повинен розуміти систему його побудови, аналізувати і оцінювати нормуютьовальні чинники конкурентоспроможності, вкладатися в науково обгрунтовані рівні затрат праці і засобів на виробництво продукції, а також з великою достовірністю передбачати, в якій галузі відтворювального процесу і кому належать важелі впливу на формування рівня конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.