

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 339.132.2:631.53.01

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

DOI 10.30838/ P.ES.2224.050618.70.113

Чехова І.В., к.е.н.,**Чехов С.А., к.е.н.***Національна академія аграрних наук України*

Стаття присвячена дослідженню економічної категорії ринку олійних культур. Різноманітність напрямків наукових досліджень, що торкаються сфери ринку олійних культур свідчить про те, що економічні відносини в цій царині привертають значну увагу науковців. Популяризація публікацій даної тематики зумовлена масштабністю переробки та експорту продукції олійних культур, збільшенням посівних площ і обсягів виробництва продукції олійних культур. Зазначається, що вітчизняний аграрний ринок відводить ринку олійних культур особливе місце, тому що ринок олійних культур виконує важливу роль потужного експортного двигуна економіки країни. Узагальнено теоретичні положення і напрацювання вітчизняної економічної науки щодо функціонування ринку олійних культур. Акцентовано увагу на місці ринку олійних культур в системі аграрного ринку. Ринок олійних культур є складовою частиною аграрного ринку, ринку засобів виробництва, ринку землі, ринку фінансів, ринку праці, ринку інформаційних технологій, ринку насіння.

Ключові слова: ринок, олійні культури, суб'єкти ринку, конкуренція, ринкове середовище

UDC 339.132.2:631.53.01

THEORETICAL BASES OF FUNCTIONING OF THE DOMESTIC MARKET OF OILSEEDS

DOI 10.30838/ P.ES.2224.050618.70.113

Chekhova I., PhD in Economics,**Chekhov S., PhD in Economics.***National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine*

The article is devoted to the study of the economic category of oilseeds market. The variety of scientific research areas affecting the market of oilseeds indicates that economic relations in this field attract much attention of scientists. Popularization of publications on this topic is due to the scale of processing and export of oilseed crops,

increase of sown area and volumes of production of oilseeds. It is noted that the domestic agrarian market takes a special place in the market of oilseeds because the market of oilseed crops plays an important role as a powerful export engine of the country's economy. The theoretical positions and developments of the national economic science concerning functioning of the market of oilseeds are generalized. The emphasis is placed on the place of the market of oilseeds in the system of the agrarian market. The oilseed market is an integral part of the agrarian market, the market for means of production, the land market, the financial market, the labor market, the information technology market, the seed market. The domestic market of oilseeds is represented by the main 3 crops - sunflower, soybean, rape. It is characterized by large-scale industrial production of major oilseeds (sunflower, soybean, rape) and small production of niche oilseeds (flax, mustard, rizhyu), large volumes of export-import operations, development of infrastructure and marketing activities of entities. The market definition of oilseeds is proposed. It was emphasized that the issue of interaction of market players, providing commodity producers with the freedom to enter the market, forming a balance of demand and supply of oil crops products is important. The authors specify the subjective composition of the market of oilseeds and a specific chain of their relationship. The subjects of the market of oilseeds are originators of reproductive seeds, producers, exporters and processors of commodity products, the state as a regulator. Studies have shown that at the present stage, the functioning of the market of oilseeds in the context of its subjects is unbalanced.

Keywords: market, oilseeds, market players, competition, market environment

Актуальність. Вітчизняний аграрний ринок відводить ринку олійних культур особливе місце. Це пов'язано з тим, що ринок олійних культур на теперішній час виконує важливу роль потужного експортного двигуна економіки країни. З огляду на те, що 25% світового виробництва соняшнику та 60% світового експорту соняшnikової олії належить Україні, ринок олійних культур є одним із перспективних. Різноманітність напрямків наукових досліджень, що торкаються сфери ринку олійних культур свідчить про те, що економічні відносини в цій царині привертають значну увагу науковців, вчених, фахівців. Популяризація публікацій даної тематики зумовлена масштабністю переробки та експорту продукції олійних культур, збільшенням посівних площ і обсягів виробництва продукції олійних культур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливі дослідження теорії формування та функціонування аграрного ринку здійснено такими вітчизняними ученими, як П. Саблук [1], Ю. Лупенко [2], М. Малік [3], О. Шпичак [4], О. Шпикуляк, Л.І. Курило, О.М Супрун [5]. Тенденції

розвитку аграрного виробництва в Україні, оцінка експортного потенціалу галузі представлені в працях В.М. Нелепа [6], Молдаван Л.В. [7]. Аспектам розвитку вітчизняної олійно-жирової галузі присвячені роботи І.Ю. Гусєвої [8,9], М.О. Тонюк, С.М. Концеби [10]. Особливості розвитку ринку олійних культур представлено в наукових публікаціях Н.Л. Кузьмінської [11], А. Новосьолова [12], О.В. Сакви [13], І.В. Чехової [14]. Ринок соняшнику проаналізований О. Тартаковським [15], В.К. Пузіком [16], А. Платоновою [17]. Функціонуванню вітчизняного ринку сої присвячені роботи А. Чалого [18], О. Бойко [19], О. Підлубної, С. Канцеби [20], В. Дерев'янського [21], А. Бурки [22]. Теоретико-прикладні питання розвитку ринку ріпаку знайшли відображення в публікаціях Г.Б. Супіханова [23], О.В. Маслака [24]. Механізм ціноутворення, аналіз цінової кон'юнктури на ринку олійних культур представлено в дослідженнях О.М. Шпичака [25], О.В. Боднар [26], Л.В. Гойсюк [27]. Дослідження зазначених вчених зосереджені на теоретико-методологічних і практичних аспектах функціонування аграрного ринку. В той же час, динамічність економічних процесів в світі впливає на внутрішній ринок, формуючи при цьому нові завдання, що потребують вирішення.

Мета дослідження: вивчити і узагальнити основи функціонування вітчизняного ринку олійних культур.

Результати досліджень. Теоретичні дослідження ринку олійних культур тісно пов'язані із кон'юнктурними змінами і розвитком економічних процесів аграрної галузі в цілому. Важливим є питання взаємодії суб'єктів ринку, забезпечення товаровиробникам свободи конкурентного виходу на ринок, формування балансу попиту і пропозиції продукції олійних культур, тощо. Механізм розвитку суперечності між виробництвом і споживанням ґрунтується на динаміці трьох головних параметрів ринку: пропозиції, попиту і ціни [28, с. 7]. Сучасні погляди економістів здебільшого характеризують ринок як систему відносин. Так, Радаєв В.В. розглядає ринок як систему економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обігу, за допомогою яких здійснюються акти купівлі-продажу товарів для задоволення потреб споживачів на території країни. А внутрішній ринок визначає як економічну форму зв'язків між виробництвом і споживанням, на основі якої забезпечуються продаж товарів і реалізація їх вартості, а отже – і

створюються необхідні передумови для розв'язання суперечності між виробництвом і споживанням [29, с. 10–14]. Розвинутий ринок вимагає наявності, з одного боку, у продавців певного обсягу конкурентоспроможних товарів, а з другого – у покупців відповідної маси коштів, які б формували належну місткість ринку. Пропозиція товарів є ринковою формою прояву результатів виробництва, а платоспроможний попит – ринковою формою прояву споживання (потреб). Зростання попиту підтверджується збільшенням обсягів продажу і одночасно стає сигналом до збільшення інвестицій у процес виробництва товарів [28, с. 7].

Аграрний ринок є складним і багатограним, оскільки його формують зерновий, олійний, молочний, м'ясний, овочевий, цукробуряковий та інші ринку, де вироби кожного мають своє функціональне призначення, характерні риси та вимоги щодо переробки, зберігання, фасування, пакування, сертифікації, маркування, транспортування, продажу, тощо [30, с. 23]. На думку Дудара Т., аграрний ринок – організована система товарно-грошових відносин, ціллю діяльності якої є відтворення в секторі сільського господарства, збільшення обсягів продажу продукції, яка в ньому виробляється, та забезпечення відновлення і поповнення потрібних у цій сфері факторів і засобів виробництва [31, с. 131]. Ю.С. Коваленко зазначає, що аграрний ринок – це система установ, методів і ресурсів здійснення обмінних процесів, головним завданням якої є координація й управління агропромисловим виробництвом країни з метою задоволення споживчих потреб її громадян » [32, с. 21]. Левківська Л. М. найважливішою умовою формування цивілізованого аграрного ринку визначає його структурні елементи, яким властиві різноманітність каналів реалізації, форм купівлі-продажу, посередників та покупців, а також розвинена мережа сервісного, насамперед науково-інформаційного обслуговування товаровиробників [33, с. 415].

В умовах ринкової економіки сільське господарство обслуговується системою ринків, що включає такі їх види: ринок основних видів сільськогосподарської продукції (зерна, цукрових буряків, продукції тваринництва); ринок засобів виробництва; ринок послуг; ринок робочої сили та інші [34, с. 210].

Виходячи із зв'язків сільського господарства, ринок олійних культур є складовою частиною аграрного ринку, ринку засобів виробництва, ринку землі, ринку фінансів.

Економічна сутність ринку олійних культур розкривається шляхом визначення його основних функцій: формування ефективного конкурентного середовища; забезпечення суб'єктів аграрного ринку товарним насінням для переробки і експорту через встановлення оптимальних пропорцій попиту та пропозиції; ціноутворення; узгодження інтересів всіх суб'єктів ринку олійних культур.

Ринок олійних культур є складовою частиною аграрного ринку, ринку засобів виробництва, ринку землі, ринку фінансів, ринку праці, ринку інформаційних технологій, ринку насіння. Вітчизняний ринок олійних культур представлений основними 3 культурами – соняшник, соя, ріпак. Він характеризується масштабним промисловим виробництвом основних олійних культур (соняшнику, сої, ріпаку) і незначним виробництвом нішевих олійних культур (льону, гірчиці, рижю), великими обсягами експортно-імпортних операцій, розвитком інфраструктури та маркетингової діяльності суб'єктів. Функціонування будь-якого ринку не обходиться без конкуренції. Якщо пропозиція насіння більше, ніж попит на нього, то між продавцями посилюється конкурентна боротьба. Якщо попит перевищує пропозицію, то конкурують один з одним покупці.

У ринковому середовищі безупинно діє механізм конкуренції, що постійно порушує рівновагу між попитом та пропозицією, що створює нову ситуацію на ринку. Конкуренція це «економічне суперництво відокремлених товаровиробників за долю ринку і прибутку, одержання конкретного задоволення, досягнення іншої мети чи вигоди» [35, С. 91].

Фатхудінов Р.А. вважає, що «конкуренція – рушійна сила розвитку суспільства, змушує виробників товарів постійно шукати нові шляхи підвищення їх якості, зниження ціни, підвищення якості сервісу» [36, С. 65].

Внаслідок дії конкуренції між виробниками і між споживачем досягається рівновага ціни. Ціна рівноваги – це така ціна, при якій попит і пропозиція знаходяться в точці перетину кривих попиту і пропозиції. Необхідно забезпечити товаровиробникам свободу конкурентного виходу на ринок, а споживачам (покупцям) – свободу конкурентного

вибору товарів і безпечність їх споживання. Це означає, що дійсно цілісне уявлення про збалансованість виробництва і споживання можна отримати, лише включивши до об'єкта дослідження всіх суб'єктів ланцюга ринкового руху товарів – з моменту виробництва до моменту кінцевої реалізації та безпосередньо самого споживання [29, с. 10–14].

Суб'єктами ринку олійних культур є оригінатори репродукційного насіння, виробники, експортери та переробники товарної продукції, держава як регулятор. Кожний із зазначених суб'єктів має виконувати конкретну функцію на ринку і забезпечувати поетапність ланцюга: «створення нових сортів - виробництво оригінального насіння – виробництво товарного насіння – переробка частини – реалізація продукції на світовому ринку». Всі учасники ринку зацікавлені у збільшенні ємності ринку, нарощуванні його обсягів. Так, оригінатори репродукційного насіння зацікавлені у поширенні географії власних сортів в межах країни, а також налагодженню системної співпраці з насіннєвими компаніями-виробниками. Виробники товарної продукції прагнуть гарантованого збуту готової продукції за ринковими цінами. Експортери зацікавлені в стабільному нарощуванні обсягів пропозиції на ринку та концентрації великих партій у певних територіальних межах. Переробники сировини націлені на виробництво олії, що користується попитом, та її збут. Держава зацікавлена у зміцненні потенціалу виробництва сільськогосподарської продукції, укріпленні позицій на міжнародних ринках.

Попередні дослідження показали, що на теперішньому етапі функціонування ринку олійних культур в розрізі його суб'єктів незбалансоване. Так, потужні підприємства з виробництва і переробки насіння олійних культур об'єднуються в профільні асоціації задля захисту власних інтересів, дрібні і середні виробники товарної продукції олійних культур з року в рік «пливуть за течією», експортери проводять політику якнайшвидшої закупівлі сировини з подальшим її експортом, вітчизняні оригінатори насіння конкурують між собою за частку насіннєвого ринку, іноземні насіннєві компанії продовжують завоювання ринку насіння олійних культур, а державні інституції аграрної сфери здійснюють реформи. Тому згаданий раніше ланцюг «створення нових сортів - виробництво оригінального насіння – виробництво товарного насіння – переробка частини – реалізація продукції на світовому ринку» є

сформованим, але його ефективність знаходиться на низькому рівні. Існуюча на сьогодні законодавча база в сфері ринку насіння олійних культур (мита, дотації, кредити) не відповідає викликам сьогодення і не враховує реальних запитів суб'єктів ринку. Потребує вдосконалення і аграрна політика держави в сфері захисту вітчизняного насінництва олійних культур [37].

Висновки. Проведене дослідження теоретичних напрацювань щодо функціонування вітчизняного ринку олійних культур дозволило узагальнити і систематизувати основні положення економічної науки щодо формування та функціонування цього ринку, визначити перспективи подальших досліджень та напрямків розвитку. З'ясовано, що в основі трактування аграрного ринку загалом, та ринку олійних культур, зокрема, знаходиться система товарного обігу й він проявляє регульовальну функцію у сфері виробництва, обміну, розподілу і споживання на основі дії законів попиту та пропозиції. Важливою 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 [28, с. 415].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 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.
2. Лупенко Ю. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України / Ю. Лупенко // Економіка АПК. – 2014. - №12 . - С. 5-11.
3. Малік М.Й. Інститути та інституції у розвитку аграрної сфери економіки / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2011. -№7. – С. 169-176.
4. Шпичак О.М. Економічні механізми державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції та їх проблеми / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2011. - №2. – С. 150-155.
5. Шпикуляк О.Г. Інституційне регулювання як детермінанта формування інноваційної моделі розвитку аграрної сфери / О.Г. Шпикуляк, Л.І. Курило, О.М. Супрун // Облік і фінанси АПК. – 2011 - №2. – С. 106-112.
6. Нелеп В.М. Тенденції розвитку сільського господарства в Україні і світі / В.М. Нелеп // Економіка АПК. – 2015. - №7. - С. 100-105.

7. Молдован Л.В. Інноваційні трансформації аграрного сектору економіки: моногр. / [О.В. Шубравська, Л.В. Молдаван, Б.Й. Пасхавер та ін.]; за ред. О.В. Шубравської; Ін-т екон. та прогнозів. – Київ, 2012.
8. Гусєва І.Ю. Інтелектуальні ресурси в процесі формування частки ринку підприємств олійно-жирової промисловості / І.Ю. Гусєва // Агросвіт. – 2013. - №6. – С.65-68.
9. Гусєва І.Ю. Особливості формування інтелектуальних ресурсів підприємств олійно-жирової промисловості в зовнішньому середовищі їх функціонування / І.Ю. Гусєва // Агросвіт. – 2013. - №5. – С. 49-52.
10. Тонюк М.О. Шляхи підвищення економічної ефективності виробництва насіння олійних культур у регіоні / М.О. Тонюк, С.М. Концеба // Економіка АПК. - 2015. - №3. - С. 28-33.
11. Кузьминська Н.Л. особливості функціонування олійно-жирової галузі України / Н.Л. Кузьмінська // Економіка АПК. – 2011. - №12. – С. 161-165.
12. Новосьолов А. Олійні: на що поставити? / А. Новосьолов // The Ukrainian farmer, березень, 2016. – С. 90-92.
13. Саква О.В. Формування структури виробництва на ринку олійних культур / О.В. Саква // Агросвіт. – 2009. - №12. – С. 30-32
14. Чехова І.В. Перспективи розвитку ринку основних олійних культур / І.В. Чехова, І.О. Кислицька, Т.З. Таранюк // Економіка АПК. – 2012. – №6. – С.43-48.
15. Тартаковський О. Олійна культура №1 / О. Тартаковський // Аграрний тиждень. – 2014 - №13 (286).
16. Пузік В.К. Стан і перспективи вирощування та формування ринку соняшнику в Україні / В.К. Пузік, В.М. Петров, Я.В. Бабарика // Посібник українського хлібороба. – 2014. - № 2. – С. 46-50.
17. Platonova A. Ukrainian market of sunflower seed - threats and prospects [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/en/exclusive/topic/1014389#.VIbtfcckl2M8>.
18. Чалий А.А. Формування ринку сої та продуктів її переробки в Україні / А.А. Чалий. [Електр. ресурс]. - Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO.
19. Бойко О.О. Економіко-математична модель оптимального розміру посівних площ сої в Україні / О. О. Бойко // Агросвіт. - 2015. - №2. - С. 15-18.
20. Підлубна О.Д. Економічна ефективність виробництва насіння сої на регіональному рівні / О.Д. Підлубна, С.М. Концеба // Економіка АПК. - 2015. - №1. - С.14-20.
21. Дерев'янський В. Экологическая соя по-хмельницки / В. Дерев'янський. [Електр. ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zerno-ua.com/?p=13232>
22. Бурка А. Соя в Україні / А.Бурка // Зерно. - № 3 (108). – С. 120-123.

23. Супіханов Г.Б. Кон'юнктура ринку ріпаку та умови підвищення ефективності його виробництва: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний аграрний ун-т. / Г.Б. Супіханов. - К., 2003 – 192 с.
24. Маслак О.М. Ринок ріпаку: попит перевищує пропозицію / О. Маслак // Агробізнес сьогодні. – 2011. - № 15-16 (215). – С. 28-32.
25. Шпичак О.М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2012. – №8. – С. 3-10.
26. Боднар О.В. Функціонування механізму ціноутворення на продукцію рослинництва в умовах невизначеності та ризику / О.В. Боднар // Економіка та управління АПК; зб. наук. праць БНАУ. 2015. - №1 (119). – С. 33-35.
27. Гойсюк А.В. Формування ціни на насіння ріпаку : Електр. режим доступу: <http://khntusg.com.ua>.
28. Мазаракі А.А. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням / Мазаракі А.А., ЛАГУТІН В. Д. // Економіка України. – 2016. - №4 (653). - С. 4-19.
29. Радаев В.В. Как организуется рыночное взаимодействие. – М. : Высшая школа экономики, 2010. – 60 с.
30. Атамась Г.П. Теоретико-методологічні основи розвитку регіонального овочевого ринку/ Г.П. Атамась // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія Економіка та підприємництво. Запоріжжя: ЗІДМУ. – 2006. - №6. – С. 23-25.
31. Дудар В.Т. Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції / В.Т. Дудар // Вісник Тернопільського державного економічного університету. – 2006. – Вип. 2. – С. 129-136.
32. Коваленко Ю. Предпосылки и пути перехода предприятий АПК у рыночным отношениям // АПК: экономика, управление. – 1990. - №9. – С. 41-44.
33. Левківська Л. М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку / Л.М. Левківська // Вісн. Львів. Держ. Аграр. Ун-ту: Економіка АПК. – 2002. - №9. – С. 415-420.
34. Мацибора В.І. Економіка сільського господарства: Підручник для студ. вузів. – К.: Вища шк., 1994. – 415 с.
35. Рыночная экономика: 200 терминов. / Под ред. Г.Я. Кипермана. – М.: Политиздат. 1991. – 224 с.
36. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: ЗАО «Бизнес школа». – 2000. – 640 с.
37. Чехова І.В. Пропозиції щодо підвищення економічної ефективності виробництва олійних культур Електр. Режим доступу: http://imk.zp.ua/images/doc/propozucii_chehova.pdf.