

Колокольчикова І.В. Сучасний стан розвитку ринку сільськогосподарської продукції фермерських та особистих селянських господарств. Держава та регіони (серія: економіка та підприємництво).-2005. - № 3. - 93-98. (0,5 д.а.) (Наукове фахове видання)

Колокольчикова І.В., к.е.н.

Таврійська державна агротехнічна академія

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Анотація. Узагальнено та надано більш широке визначення поняттю ринок, як економічної категорії. Проаналізовано обсяги виробництва та реалізації продукції фермерських господарств та господарств населення, визначено загальні тенденції їх розвитку. Виділено короткострокові та довгострокові проблеми сучасного стану ринку підприємствами малого бізнесу. Запропоновано основні напрямки подолання проблем та підвищення ефективності функціонування фермерських та особистих селянських господарств.

Ключові слова: господарства населення, інфраструктура аграрного ринку, кон'юнктура ринку, особисте селянське господарство, попит, пропозиція, ринок, фермерське господарство

Провідною складовою агропромислового комплексу України є сільське господарство. За період трансформації економіки державою створено певні умови становлення та розвитку ринкового середовища. Тільки за період 2000 – 2002 років було прийнято ряд законодавчих та інших нормативних актів з

питань прозорості аграрного ринку, заборони адміністративного втручання в міжрегіональний рух сільськогосподарської продукції, формування маркетингової інфраструктури тощо.

Сьогодні вже зрозуміло, що створення ефективного механізму функціонування внутрішнього аграрного ринку є головним аспектом підвищення прибутковості вітчизняних товаровиробників, нарощуванням конкурентоспроможності власної продукції. Однак, ці позитивні зрушення, що спостерігаються з боку держави та мають лише законодавчий характер, не дають загальної уяви або не носять характер практичних порад щодо поведінки сільськогосподарських товаровиробників в жорстоких умовах ринкової конкуренції. Особливо ця проблема стосується представників малого та середнього бізнесу (в тому числі фермерських та особистих селянських господарств), які у зв'язку з відсутністю в більшості випадків досвіду ведення господарської діяльності та обмеженими ресурсами не можуть сьогодні скласти відповідної конкуренції більш великим підприємствам та відстояти власні позиції на ринку агропродукції.

Кожна країна світу, що займається виробництвом сільськогосподарської продукції, має власні характерні риси, які відокремлюють її від інших аграрних країн. Так, наприклад, у Сполучених Штатах Америки, останні роки спостерігається процес укрупнення господарств, коли великі агроформування витісняють з ринку невеликі ферми (або поглинають їх). Відбувається концентрація виробництва, де більша частина продукції виробляється невеликою кількістю фермерських господарств. Так, 61% усіх коштів, отриманих за реалізацію сільгосппродукції, припадає на 3% фермерів. Характерною рисою для цієї країни є і той факт, що прибутково працюють як великі так і малі фермерські господарства. Кількість середніх ферм зменшується, і саме вони мають значні проблеми з пошуком ринків збуту продукції. З одного боку, їхні господарства занадто великі, щоб продавати свій товар безпосередньо споживачеві (через базари та невеликі магазини), а з іншого боку – занадто малі для значних товаровиробників готової продукції. До

того ж і переробні підприємства США віддають перевагу співпраці з більш великими фермерськими господарствами [1, 26-27].

Якщо американський ринок представляється сукупністю переважно фермерських господарств (адже ферма в США – це будь-яке місце чи подвір'я, де виробляється та реалізується сільськогосподарська продукція на суму не менше 1 тис. USD щороку [1, 26]), то в Україні ринок продавців сільськогосподарської продукції представлено реформованими підприємствами. За статистичними даними кількість діючих суб'єктів, що працюють в сільському господарстві станом на 2003 рік становить: господарські товариства – 8713од., приватні підприємства – 4033од., виробничі кооперативи – 1938од., фермерські господарства – 43016од., державні підприємства та підприємства інших форм власності – відповідно 516 та 1707од. [7, 47]. І, не дивлячись на те, що в представленій структурі кількість фермерських господарств складає понад 72%, а господарських товариств лише 14,5%, суттєвий вплив на розвиток ринкових відносин оказують останні, бо їх невелика кількість виправдовується більшими масштабами виробництва та реалізації, а також відпрацьованою стратегією і тактикою поведінки на ринку. Фермерські господарства, діючи на ринку не мають організованого скоординованого підходу щодо формування власної політики, а інформація про ринок не завжди своєчасна та достовірна.

З розвитком ринкових відносин вітчизняні науковці та економісти–аграрники всебічно досліджують і аналізують результати становлення та розвитку аграрного ринку України, визначаючи все нові проблеми та шукаючи шляхи їх вирішення. П.Т.Саблук в своїх дослідженнях підкреслює, що “успіхи сільського господарства країн Західної Європи, США, Канади, Японії, Китаю зобов'язані не стільки розвитку ринкових відносин, скільки обмеженню дії ринкових механізмів саморегулювання з використанням зовнішніх важелів впливу. Йдеться про державні програми підтримки сільського господарства через дотації, ціни, квоти, кредитно-податкову політику... В Україні ж стихійний, некерований розвиток аграрної сфери призвів до різкого зниження

конкурентоспроможності продукції... На внутрішньому ринку має місце неконтрольований імпорт продовольчих товарів. Немало шкоди завдають бартерні операції. Переробні галузі за допомогою комерційних структур скуповують аграрну продукцію за низькими цінами...”[6, 13].

І.Г.Кириленко також відмічає, що “за 2–3 роки прискореної трансформації ще не сформований ефективно діючий внутрішній аграрний ринок. Наявний же більш схожий на стихійний базар... Заготівельно–збутові кооперативи, агроторгові дома, оптові ринки знаходяться у зародковому стані...І тільки правильно організувавши роботу інфраструктури аграрного ринку можна суттєво поповнити джерело доходів сільських жителів” [3, 7].

Багато вчених-науковців займаються пошуком ефективних та дійових механізмів взаємодії суб’єктів ринку. Так, О.М.Могильний пропонує наступну схему функціонування аграрного ринку в перехідних умовах господарювання. Її підґрунтям виступають економічні закони та організаційно – економічний механізм господарювання, суттєве місце відводиться і державі. За його словами “регуляторна роль держави у становленні і розвитку аграрного ринку полягає в ефективній координації основних складових: захист прав власності; здійснення цінової політики на основі доповнення механізму ринкового ціноутворення інструментами державного регулювання; активізація антимонопольного контролю за цінами; виведення товарних потоків аграрного сектору із сфери тіньового обміну; налагодження системи доступної і об’єктивної інформації про кон’юнктуру ринку” [5, 37-38].

Таким чином, в сучасних умовах господарювання приділяється багато уваги проблемам становлення ринку агропродукції на держаному рівні, розробляються механізми ринкових відносин узагальнено для всіх сільськогосподарських підприємств. Однак досвід показує, що на регіональному та районному рівнях ці відносини складаються дещо по іншому. Вони мають свої властивості та характерні особливості, що обумовлюється наявністю підприємств різних форм власності, їх розмірами та масштабами виробництва.

Зараз ринок агропродукції в Україні представляє собою більш складний багатогранний механізм функціонування його суб'єктів, охоплюючи все нові сфери діяльності, іноді формуючи нестандартні взаємовідносини на ньому. Ось чому для надання об'єктивної оцінки сучасної соціально-економічної ситуації та розробки дійових механізмів господарювання на селі виникає необхідність надання поняттю ринок нового змісту.

В економічній науці зустрічається безліч визначень ринку, перехід до якого ототожнюють з надією на зростання рівня життя, підвищення продуктивності праці, покращення ефективності виробництва, зміцнення позицій на ринку. Порівнюючи різні визначення цієї економічної категорії простежуються наступні загальні риси. Закордонні науковці, такі як Р.Макконнелл, Л.Брю, Ф.Котлер, а також вітчизняні вчені В.В.Ліпчук, А.П.Дудяк, Л.В.Балабанова, С.С.Гаркавенко та інші пов'язують ринок із соціально – економічними відносинами у сфері обміну, сукупністю продавців і покупців, відносини між якими призводять до регулювання попиту та пропозиції.

Однак, в сучасних умовах господарювання з урахуванням особливостей функціонування підприємств в аграрному секторі України, ринок треба розглядати в більш широкому розумінні, враховуючи не тільки політичну та економічну діяльність держави, а і соціальну орієнтацію, індивідуальні особливості функціонування підприємств різних форм власності. Тому ця категорія повинна охоплювати не лише вирішення питань обміну та взаємозв'язків суб'єктів ринку, а і сферу виробництва, оскільки остання формує пропозицію, визначаючи номенклатурний асортимент продукції.

Таким чином більш повне визначення ринку, як економічної категорії, повинно наповнюватися наступним змістом, тобто аграрний ринок – це будь-який інститут, або механізм, який охоплює сферу виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції, зводить продавців та покупців, визначаючи відповідне співвідношення попиту і пропозиції, формуючи виробничу та соціальну інфраструктуру села.

В нинішніх умовах функціонуючі підприємства малого бізнесу, а саме фермерські та особисті селянські господарства, мають неадекватну поведінку на ринку агропродукції. І це обумовлюється наступними причинами:

- несвоечасність, недостовірність та відсутність комплексного підходу до інформації, яка поступає про ринок сільськогосподарської продукції;
- проблема матеріально–технічного забезпечення господарств, що в свою чергу стримує розширене відтворення, обмежує підприємців у виборі виробничого напрямку та номенклатурного асортименту продукції;
- низький рівень товарності виробництва, обумовлений відсутністю власних мереж або ефективних комерційних структур збуту продукції, а іноді і проста недовіра до існуючих маркетингових структур;
- наявність диспаритету цін між аграрною і промисловою продукцією, монопольне становище переробних та комерційних структур (посередників) тощо.

Такі обмеження в сфері діяльності фермерських та особистих селянських господарств в свою чергу і віддзеркалюються у тому переліку та обсягах продукції, які пропонують останні на ринку.

Для визначення основних тенденцій розвитку аграрного сектору підприємств малого бізнесу і виявлення проблем, з якими стикаються товаровиробники, перш за все необхідно провести аналіз обсягів валового виробництва продукції цих господарств, а потім співставити ці данні з показниками реалізації. І тільки зробивши порівняний аналіз, можна дати оцінку загального стан розвитку ринку типових представників малого бізнесу, оцінити розміри даного сегменту та переваги їх позиціонування.

Склад та динаміка виробництва продукції фермерських господарств та господарств населення представлена в таблиці 1. При чому проведення аналізу показників саме господарств населення а не селянських особистих господарств, обумовлюється тим, що вони є основними виробниками сільськогосподарської продукції та їх частка у використанні земельних угідь господарств цієї категорії становить понад 83% [2, 3].

Згідно представлених даних, фермерські господарства останні роки в галузі рослинництва віддавали перевагу вирощуванню зернових культур, цукрового буряку та соняшнику. Валові збори продукції цих культур станом на 2003 рік становили відповідно 15551 тис.тонн; 1127,8 тис.тонн; 598,4 тис.тонн.

Таблиця 1

Динаміка виробництва продукції фермерськими господарствами та
господарствами населення

тис. тонн

Продукція	2000	2001	2002	2003	Відношення 2003 до 2000, %
Фермерські господарства					
Зернові культури, всього	1256,4	3221,8	3484,4	1551,0	123,4
Цукрові буряки	755,1	1039,0	1164,3	1127,8	149,3
Соняшник	347,3	247,1	439,7	598,4	172,3
Картопля	56,4	62,2	72,2	86,1	152,6
Овочі	82,6	90,7	109,0	131,7	159,4
Баштанні культури	37,3	18,2	43,8	27,0	72,4
М'ясо (у забійній вазі)	8,2	7,1	9,0	11,7	142,7
Молоко	67,8	80,9	87,2	76,6	112,9
Яйця, тис. шт.	6,7	5,7	8,7	10,0	149,2
Мед, тонн	83	97	67	72	86,7
Вовна, тонн	9	17	22	37	411,1
Господарства населення					
Зернові культури, всього	4495	8046	9319	5638	125,4
Цукрові буряки	1605	3167	3780	3027	188,5
Соняшник	432	407	544	678	156,9
Картопля	19561	17069	16390	18190	92,9
Овочі і баштанні	4974	5386	5352	5983	120,3
Плоди, ягоди	1189	948	1035	1289	108,4
М'ясо (у забійній вазі)	1224,7	1165,2	1201,4	1194,8	97,5
Молоко	8989,2	9807,7	10674,3	10981,3	122,2
Яйця, тис. шт.	5831,3	5988,7	6326,0	6437,5	110,4
Мед, тонн	48875	56120	48925	51386	105,1
Вовна, тонн	2,1	2,1	2,4	2,4	114,3

Не дуже схильні фермери до вирощування картоплі, овочевих та баштанних культур. В галузі тваринництва віддається перевага виробництву

молока. Так, цей показник був максимальним у 2002 році—87,2 тис.тонн, в 2003 році він знизився до 76,6 тис.тонн. В цілому спостерігається динаміка росту темпів виробництва продукції, загальний розмір приросту за останній рік, в порівнянні з 2000 роком становить 57,4% [7, 125].

Господарства населення мають аналогічний перелік продукції, яку виробляють як для власного споживання так і з метою реалізації. Однак, обсяги виробництва в порівнянні з аналогічними показниками фермерських господарств значно більші. В динаміці за останні 3 роки валові збори продукції господарств цієї категорії зросли. Лише по картоплі та м'ясу спостерігається тенденція зменшення – відповідно на 7,1 та 2,5% співставляючи з показниками 2000 року. Але порівнюючи ці показники видно, що господарства населення виробляють в двічі, а іноді і в тричі більше продукції, ніж фермери. Так, тільки в 2003 році господарства населення виробили зерна в 3,6 рази більше ніж фермери, по цукровим бурякам цей показник перевищує в 5 разів. Також треба відмітити, що ці останні більш охоче займаються виробництвом картоплі, овочевих та баштанних культур, вирощуванням продукції садівництва [7, 75].

Аналогічна ситуація спостерігається і з виробництвом продукції тваринництва: станом на 2003 рік господарствами населення було вироблено понад 1194 тис. тонн м'яса та 10981,3 тис. тонн молока, що в декілька десятків раз перевищує аналогічні показники діяльності фермерських господарств. Загальний темп приросту за дослідний період в цілому становить 22,0% [7, 92].

Таким чином, аналіз масштабів виробництва цих господарств дає підстави зробити висновок, що на сьогодні господарства населення мають кращі показники, ніж фермерські господарства. З одного боку-за умов створення сприятливого клімату в сфері реалізації продукції, вони зможуть створити реальну конкуренцію фермерським господарствам. З іншого-об'єднуючи зусилля з фермерами—відстояти власні ринкові позиції серед інших сільськогосподарських товаровиробників.

Однак, все це ще попереду, так як господарства населення сьогодні мають значний недолік—вони розосереджені і не скоординовані в діях щодо

комплексного підходу у вирішенні багатьох проблем виробництва та збуту продукції. Фермерські господарства в цих питаннях мають більші переваги. На користь останнім і те, що фермерський рух розвивається вже понад 10 років і деякі тактичні шляхи щодо подолання проблем вже відпрацьовані. Та і про ефективність збутової діяльності цих господарств можна стверджувати більш обґрунтовано, так як статистичні дані дають можливість визначити та оцінити рівень товарності виробництва продукції, зробити аналіз структури реалізації.

Згідно структури товарної продукції фермерських господарств, яка представлена в таблиці 2 видно, що сьогодні фермерські господарства спеціалізуються на виробництві зернових культур з інтенсивним вирощуванням соняшнику. Питома вага виручки від реалізації продукції цих культур в загальному обсязі становить 48,9 та 32,6%. Досить низькі показники реалізації по галузі тваринництва – лише 9,3% виручки.

Таблиця 2

Реалізація продукції фермерськими господарствами станом на 2003 рік

Продукція	Реалізовано в натурі, тис. тонн	Виручка від реалізації, тис.грн.	Струк- тура, %	Середня ціна реалізації, грн. за 1 тонну
Зернові, всього	999,7	531,4	48,9	531
Соняшник	411,7	353,9	32,6	860
Цукрові буряки	686,5	99,9	9,2	145
Велика рогата худоба (у живій вазі)	14,0	41,4	3,8	2959
Свині (у живій вазі)	4,3	18,9	1,7	4387
Птиця (у живій вазі), тонн	1236,0	7,2	0,7	5856
Молоко	49,9	33,0	3,1	661
Всього	X	1085,7	100,0	X

Не високий і рівень середньореалізаційних цін. У 2003 році зерно реалізовано за ціною 531 грн/т, соняшник – 860 грн/т, молоко - 661 грн/т. Порівнюючи натуральні показники виробництва та реалізації основних видів продукції фермерських господарств видно, що розрахунковий показник

товарності культур становить: по зерну—64,4%, соняшнику—36,5%, молоку—65,1% [7, 125].

Таким чином, спираючись на вищенаведені цифри та аналіз можна стверджувати, що для фермерських та особистих селянських господарств потенційні можливості виробництва та збуту продукції ще не розкриті. А існуючи поряд з ними інші сільськогосподарські підприємства мають значні переваги в силу своїх особливостей (відповідних розмірів, потужністю матеріально—технічної бази, наявністю кваліфікованих кадрів тощо), створюють значну конкуренцію малим підприємствам в основному не тільки в питаннях цінової політики, а у виборі ефективних каналів збуту продукції.

Системно підходячи до узагальнення проблем розвитку ринку агропродукції підприємств малого бізнесу, їх можна класифікувати в часі на проблеми короткострокового та довгострокового періоду.

Проблеми короткострокового періоду безпосередньо пов'язані з нестабільністю отримання доходів фермерськими та особистими селянськими господарствами в різні роки. Причиною цьому є і особливості виробництва продукції сільського господарства, природно — кліматичні умови, відсутність вмінь та навичок щодо застосування методів товаропросування і стимулювання збуту, обмеженість фінансів, періодичні зв'язки з покупцями, відносно малі товарні партії, відокремленість та відсутність єдиних підходів до питань виробництва та збуту товаровиробників малого бізнесу. Але, при правильному знаходженні причин їх виникнення вони можуть бути швидко вирішені.

Більш суттєвий вплив на розвиток ринку сільськогосподарської продукції підприємств малого бізнесу оказують проблеми довгострокового періоду, або так звані об'єктивні причини, вирішення яких потребує не тільки бажання товаровиробників але і сприяння як з боку держави, так і з боку інших суб'єктів ринку. До таких причин можна віднести:

По-перше, нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію. Приблизно підраховано, що для фермерської продукції в цілому коефіцієнт

еластичності складає від 0,2 до 0,25. Це говорить про те, що для того щоб споживачі збільшили свої закупки на 10% ціни повинні знизитись на 40 – 50%. Цю закономірність підтверджують закони “зникаючої граничної корисності” та “ефекту заміщення”. Тобто іншими словами для підвищення попиту треба постійно знижувати ціни [4, 243].

По-друге, технічний прогрес та швидкий ріст пропозиції продукції іншими товаровиробниками. Мова йде про те, що реальними конкурентами підприємств малого бізнесу в аграрній сфері виступають великі підприємства, які завдяки своїм розмірам можуть застосовувати поліпшені технології обробки ґрунту; іригацію; постійно займатися виведенням гібридних культур, удосконаленням утримання худоби, впровадженням у виробництво високопродуктивних ліній по переробці продукції. Досвід розвитку великих сільськогосподарських підприємств свідчить, що саме вони є спонукальними факторами технічного прогресу. Більшість технічних удосконалень робиться не фермерами, вони частіше виступають споживачами нововведень.

По-третє, державна політика щодо розвитку фермерства і особистих селянських господарств та умови фінансової підтримки, кредитування виробничої діяльності. Практика ведення господарської діяльності на селі показує, що науково–технічний прогрес впроваджується в сільське господарство нерівномірно. А, враховуючі розміри підприємств малого бізнесу, їх управління та особливості господарської діяльності, вони в більшості випадків є останніми, хто користується цими благами.

Зрозуміло, що проблем, з якими зустрічають підприємства малого бізнесу в процесі своєї діяльності, дуже багато, але прискоренню їх вирішення та відповідно підвищенню економічної ефективності підприємницької діяльності останніх сприятимуть наступні заходи.

1. На мікрорівні фермерські та особисті селянські господарства повинні об'єднати свої зусилля у питаннях формування реалізаційних партій продукції, проведення власної політики ціноутворення та політики розподілу сільськогосподарської продукції. Досягнути цього можна лише за умов

створення відповідних об'єднань, використанням послуг маркетингових служб регіонального та районного рівнів. Провідне місце повинні посідати і обслуговуючі кооперативи, які мають велику перспективу у відродженні сільськогосподарського виробництва на Україні. У зв'язку з наявністю подрібнених господарюючих суб'єктів, вони можуть вирішити багато проблем, сприяти підвищенню доходів виробників продукції, посилити їхні позиції на сільськогосподарському ринку.

2. На макрорівні особливе значення мають дії держави щодо контролю та захисту всіх товаровиробників, створенню однакових умов функціонування та розробки відповідної методики надання пільг в залежності від індивідуальних особливостей господарств. Тільки завдяки державі ринок агропродукції підприємств малого бізнесу буде мати наступні кваліфікаційні ознаки: бути відкритим, тобто мати нормальні умови здорової конкуренції; дійовим, забезпечуючи наявність платоспроможних покупців (і також в ролі держави); зростаючим, маючи потенційний резерв росту збуту.

3. Особливу роль в сучасних умовах відіграють і дорадчі служби, які виконувати роль з'язуючого ланцюга між товаровиробниками та державою, підвищують ефективність зворотного зв'язку між цими суб'єктами ринку; прискорюють доведення до товаровиробників нових вимог, стандартів, пропозицій, нововведень тощо; надають поради та консультації; займаються навчанням підприємців основам бізнесу та ефективним методам господарювання на селі.

Таким чином, тільки створивши таку ефективну модель взаємозв'язку підприємств малого бізнесу з іншими сільськогосподарськими підприємствами, державою та за умов допомоги дорадчих служб прискориться розвиток ринку агропродукції, підприємства зможуть отримувати високий дохід від своєї виробничо-господарської діяльності, а держава-сформувати власний імідж аграрної держави в світі.

Література

1. Американський фермер – старий та багатий // Пропозиція. – 2004. - №11. – с. 26–27.
2. Господарства населення: продуктивність, ефективність, перспективи / Відп.ред. член-кор. УААН Б.Й.Пасхавер. – К.: Ін-т Економіки НАНУ, 2003. – 100с.
3. Кириленко І.Г. Про хід реформування та заходи щодо поліпшення ситуації на селі // Економіка АПК. – 2003. - №1. – с. 3–11.
4. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы политика. В 2 т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т.2. – М.: Республика, 1992. – 400 с.
5. Могильний О.М. Роль і місце держави у становленні та розвитку аграрного ринку // Економіка АПК. – 2003. - №1. – с. 37-43.
6. Саблук П.Т. Стабільні економічні умови як фактор послідовного підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК. – 2003. - №1. – с. 12-17.
7. Статистичний щорічник “Сільське господарство України” за 2003 рік / Державний комітет статистики України: Під загальним керівництвом Ю.М. Остапчука. – К.; 2004. – 314 стор.