

Є. М. КИРИЛЮК,
доцент, кандидат економічних наук, докторант кафедри політичної економії
обліково-економічних факультетів ДВНЗ “Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”

РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО РИНКУ У ГОСПОДАРСЬКІЙ СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Розкрито вплив на процеси реалізації інтересів суб'єктів аграрного ринку окремих форм ресурсного забезпечення, пов'язаних із соціальними відносинами та неформальними підйомами взаємодії цих суб'єктів. Визначено форми і фактори сприяння реалізації цих інтересів у господарській системі сучасної України. Обґрунтовано необхідність оптимізації ролі держави в напрямі ефективнішої координації їх реалізації.

Ключові слова: аграрний ринок, інтереси, соціальні відносини, інституційне середовище, еквівалентність обміну, ресурс впливу, капітал впливу, сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, індикативна ціна.

The influence of separate forms of resource provision on the processes of realization of the interests of subjects of the agrarian market, which are related to the social relations and nonformal levers of the interaction of these subjects, is clarified. The forms and factors promoting the realization of these interests in the economic system of the contemporary Ukraine are determined. The necessity to optimize state's role in the more efficient coordination of their realization is substantiated.

Keywords: agrarian market, interests, social relations, institutional medium, equivalence of exchange, effect resource, effect capital, agrarian servicing cooperative, indicative rate.

Однією з важливих передумов для вдосконалення економічних відносин на аграрному ринку є забезпечення якомога повнішого врахування інтересів його суб'єктів. Урахування інтересів – не самоціль, а необхідність у контексті гарантування максимально повного задоволення суспільних потреб в аграрній продукції. Розглядаючи вплив спільності інтересів на кінцеві результати, Ф. Енгельс писав: “Де немає спільності інтересів, там не може бути єдності мети, не кажучи вже про єдність дій”¹. Узгоджений розвиток взаємозв'язків і взаємовідносин повинен забезпечувати не тільки єдність цілей, але й синхронність, ритмічність у роботі всіх ланок проходження аграрної продукції від виробника до кінцевого споживача.

Значний вклад у розв'язання актуальних, з теоретичної та практичної точок зору, проблем реалізації інтересів суб'єктів аграрного ринку в Україні, їх узгодження та координації зробили П. Гайдучий, В. Геєць, С. Дем'яненко, В. Зіновчук, Ю. Коваленко, І. Лукінов, М. Малік, В. Мессель-Веселяк, Л. Молдаван, Б. Пасхавер, П. Саблук, О. Шпичак та ін. Позитивно оцінюючи результати широкого спектра досліджень, у яких розкрито особливості формування та функціонування аграрного ринку, фактори реалізації інтересів його суб'єктів і важливість їх координації з боку держави, слід підкреслити необхідність дослідження проблеми, недостатньо

¹ Маркс К., Енгельс Ф. Твори, т. 8, с. 13.

висвітленої аграрною економічною наукою, – впливу на процеси реалізації інтересів ринкових суб'єктів окремих форм ресурсного забезпечення, пов'язаних із соціальними відносинами, дією суб'єктивних факторів і неформальних підойм взаємодії, а також позиціонуванням на ринку в умовах специфічного інституційного середовища.

Процеси ринкових трансформацій в Україні, з одного боку, дістали своє вираження у нестійкості інституційного середовища та недосконалості механізмів правового забезпечення економічних відносин на аграрному ринку, а з іншого – посилили значущість неформальних підойм взаємодії його суб'єктів. За цих умов проблема неузгодженості їх інтересів особливо загострюється, а її розв'язання вимагає розуміння конкретних механізмів взаємодії на ринку, форм реалізації інтересів у певному інституційному середовищі.

Реалізуючись у конкретній практиці функціонування як первинного, так і вторинного аграрних ринків, інтереси формують стійкі механізми впливу, що пов'язують різних суб'єктів системою залежностей і взаємозалежностей. Відповідно, існує об'єктивна необхідність у теоретичному аналізі ресурсного забезпечення економічної діяльності, яке проявляється переважно на неформальному рівні та пов'язане з соціальними відносинами, позиціонуванням суб'єктів аграрного ринку у зовнішньому середовищі. Таке забезпечення є важливим фактором реалізації інтересів.

Це й зумовило мету нашої статті – визначити форми і фактори сприяння реалізації інтересів суб'єктів аграрного ринку у господарській системі сучасної України. Методологічною основою відповідних досліджень стали підходи й методи інституційної політичної економії.

Як підкреслює А. Гриценко, саме методологія інституційної політичної економії дозволяє адекватно осмислити специфічні тенденції та нестандартні ситуації в умовах перехідної економіки України². Це значною мірою стосується ситуації на вітчизняному аграрному ринку. Сьогодні фундаментальна проблема полягає не в тому, щоб отримати правильну модель індивідуальної поведінки на аграрному ринку, а скоріше в тому, щоб зрозуміти, як варіації в соціальних відносинах ринкових суб'єктів породжують саму їх поведінку.

Згідно з класичною та неокласичною традиціями, торговці на конкурентних ринках (яким є і первинний аграрний ринок) лише встановлюють ціну і, з огляду на це, є взаємозамінними. Деталі їхніх соціальних відносин залишаються іррелевантними. Представники класичної школи тому і трактували ці відносини лише як перешкоду на шляху до досконалої конкуренції. Проте в останні роки спостерігається інша тенденція у трактуванні науковцями соціальних впливів: їх стали враховувати, але у термінах, близьких до “надсоціалізованої” концепції. Сучасні підходи є надсоціалізованими, оскільки допускають, що ринкові суб'єкти підпорядковуються офіційним або неофіційним нормам автоматично і безумовно. Це дозволяє виявити важливий парадокс: надсоціалізований підхід має схожість з недосоціалізованим у формулюванні концептуальних положень діяльності, яка не зазнає впливу існуючих соціальних відносин. У першому з цих підходів атомізація з'являється внаслідок того, що зразки поведінки

² Див.: Г р и ц е н к о А. Институциональная политическая экономия: методологический потенциал и новые возможности. У кн.: Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. 2011. Спеціальний випуск: Методологічні проблеми сучасної політичної економії. К., КНЕУ, 2011, с. 30.

тракуються як уже інтерналізовані, а тому не залежать від розвитку соціальних відносин³.

Враховуючи інформаційну значущість сучасних засобів комунікації, М. Маклюен і К. Фіоре дійшли висновку, що вони ламають опосередковані, дистанційні структури соціальної взаємодії, які потребують інституціоналізації та формального вираження⁴. У розвинутих країнах це виявляється, наприклад, у тому, що суб'єктам аграрного ринку (які завдяки сучасним засобам комунікації мають можливість ефективно домовлятися) для прискорення товарообороту немає необхідності звертатися до послуг таких інфраструктурних елементів, як товарні біржі. Останні стають ареною для спекулятивних операцій та хеджування, інструментом "генерування" не самих цін на сільськогосподарську продукцію, а випереджаючих цінових сигналів, насамперед, через ціни ф'ючерсних угод⁵.

Проблематика неформальних підойм взаємодії, механізмів впливу, не регламентованих офіційними інституційними каналами управління, та відповідних форм реалізації інтересів (на основі розширення власності, монополізації ринку, розвитку кооперації та інтеграції, інструментів контрактизації, цінової дискримінації тощо) є надзвичайно актуальною для вітчизняного аграрного ринку, функціонування якого характеризується наявністю асиметричності інформації, а також конкурентного середовища з боку пропозиції та олігопсонічного (або монопсонічного) – з боку попиту.

Роздержавлення і приватизація підприємств системи заготівель, переробки й торгівлі, порушення міжгалузевих зв'язків в АПК України призвели до розбалансування економічних інтересів суб'єктів аграрного ринку. Як зазначає О. Шпичак, в умовах нерозвинутих ринкових відносин і відсутності конкурентного середовища не досягається еквівалентність обміну між сільським господарством і суміжними галузями⁶. Нееквівалентність обміну реалізується у відносинах підприємств II і III сфер АПК, а також проявляється у цінових диспропорціях на продукцію I та II його сфер, де спостерігається ефект монополії. Відповідно, ефекти монопсонії (олігопсонії) на ринках сільськогосподарської продукції та монополії (олігополії) на ринках матеріально-технічних ресурсів для села зумовили формування "ножиць цін" і двох напрямів вилучення фінансових ресурсів із сільського господарства: через "ножиці цін" I виду (диспаритет цін) і "ножиці цін" II виду (низьку частку сільськогосподарських виробників у кінцевих цінах на продовольство).

Згідно з дослідженнями вчених ННЦ "Інститут аграрної економіки" НААН України, сьогодні структура роздрібною ціною на молоко має такий вигляд: частка виробника – 23,5%; частка переробки – 52%; частка торгівлі – 24,5% (хоча у розвинутих країнах це співвідношення має зовсім іншу структуру: 50% (сировина) – 25% (переробка) – 25% (торгівля)⁷). При цьому в Україні частка сільсько-

³ Див.: Грановеттер М. Экономические институты как социальные конструкты: рамки анализа. "Журнал социологии и социальной антропологии" Том VII, № 1, 2004, с. 81.

⁴ Див.: McLuhan M., Fiore Q. War and Peace in the Global Village. N.Y., "Bantam", 1968, 192 p.

⁵ Див.: Крилюк Є. М. Формування економічних відносин сільськогосподарських товаровиробників із посередницькими структурами в Україні: монографія. Черкаси, ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2009, с. 36.

⁶ Див.: Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України. К., ІАЕ УААН, 2000, 585 с.

⁷ Див.: Жук В. М. Стан та розвиток спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу. "Фінанси України" № 7, 2011, с. 41.

господарських товаровиробників у кінцевій ціні яловичини та свинини становить близько 30% і 38%, а у роздрібній ціні садівницької продукції – часто не перевищує 25–30%⁸.

У цій ситуації процес формування складної системи відносин на аграрному ринку може поступово перетворитися з безпосередньої умови реалізації інтересів (і досягнення визначених ними цілей) на механізм їх консервації. Консервативні економічні інтереси багато в чому реалізуються завдяки не діям, підпорядкованим конкурентній логіці (підвищення продуктивності праці, методів організації торгівлі, переробки сільськогосподарської продукції тощо), а використанню механізмів впливу, пов'язаних із сформованою системою відносин. Економічні умови і технології не забезпечують автоматично та безперечно певний фінансовий результат, – це відбувається, насамперед, завдяки індивідуальним і колективним діям, спрямованим у русло існуючих зв'язків, соціальних відносин, конкурентної ситуації на ринку.

Фактор соціальних відносин може бути адекватно осмислений у термінах адаптаційної поведінки суб'єктів аграрного ринку. У цьому зв'язку не зовсім правильно було б стверджувати про повне узгодження їхніх інтересів, виражаючи суть такого узгодження подібно до доктрини рівноваги в рамках неокласичної школи. Адже суб'єкти зупиняться на певному прийнятному варіанті своєї поведінки. Формою його реалізації стає входження до системи відносин, яка сформувалась у певному інституційному середовищі. Економічний суб'єкт намагатиметься “вписатись” у це середовище, і насамперед, у той його “зріз”, який представлений різними структурами двох- або багатосторонніх відносин. Таке входження може відбуватися нелегко, з витрачанням значних матеріальних та інтелектуальних ресурсів – ці витрати називають “інвестиціями у відносини” (або “транзакційними інвестиціями”).

Складна система взаємозв'язків і взаємозалежностей, яка пов'язує між собою окремих ринкових агентів, може стати ресурсним потенціалом, винятковим за своєю ефективністю. Бажання суб'єкта зберегти досягнутий status quo може превалювати над намаганням забезпечити негайне зростання прибутку. Тому без урахування інтересів, “вбудованих” у транзакції, висновки, що базуються на принципі максимізації прибутку, можуть виявитися недостовірними.

Формування системи економічних відносин – розгорнутий у часі процес, який супроводжується істотними затратами. Взаємозв'язки та взаємозалежності, що пов'язують окремих агентів один з одним, а також з інституційним середовищем, стають настільки істотними факторами економічної діяльності, що їх ігнорування є неможливим у рамках нормативного аналізу. Так, М. Грановеттер, зокрема, зазначає, що на ринку зміна організаційної схеми закупівель викликає своєрідний “шок, потрясіння”. Він підкреслює, що знайти причини такої поведінки нескладно. Це пов'язано з витратами на пошук нових постачальників і налагодження нових відносин; з тим, що споживачі віддають перевагу відомим джерелам; з відносно низьким рівнем ризику при веденні справ із знайомими продавцями; з високою імовірністю того, що покупець цінує особисті відносини з представниками фірми-постачальника⁹.

⁸ Див.: Бураля А. П. Формування агропромислової інтеграції та кооперування садівницьких фермерських господарств. “Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету” Випуск 69 (частина 2 – економіка), 2008, с. 255.

⁹ Див.: Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М., РОССПЭН, 2004, с. 145–146.

Таке “потрясіння” сільськогосподарські товаровиробники відчули внаслідок трансформації системи реалізації сільськогосподарської продукції у 90-х роках ХХ ст. Колишню вітчизняну централізовану систему закупівлі сільськогосподарської продукції та продовольства було практично зруйновано, проте своєчасного заміщення її елементів новими ринковими структурами з “прозорими” правилами торгівлі (у першу чергу, це стосується оптової ланки торгівлі) не відбулося. Хоча відомий вчений І. Лукінов вказував на те, що трансформаційні процеси не повинні мати нічого спільного з явищами штучного створення господарського хаосу, руйнування діючих структур без випереджаючого створення нових, більш продуктивних і конкурентоспроможних ¹⁰.

Зміна макроекономічного середовища, “тінізація” аграрного ринку, практична відсутність підприємств комбікормової промисловості та незначні обсяги виробництва тваринницької продукції у сільськогосподарських підприємствах призвели до того, що необхідних зв’язків сільськогосподарських товаровиробників із заготівельними та переробними підприємствами, адекватних ринковій системі господарювання, поки що не існує. Сьогодні вони мають несистемний і хаотичний характер. Частка продукції, що реалізується сільськогосподарськими підприємствами переробним підприємствам, з кожним роком скорочується: якщо у 1990 р. відповідний показник становив 96%, то у 2011 р. – лише близько 16% (табл.).

Структура реалізації сільськогосподарської продукції сільськогосподарськими підприємствами *

(%)

Напрями збуту	Роки								Характеристики ринку
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010	2011	
1) переробним підприємствам	96	53	21	24,5	19,8	15,2	16	15,9	Продукція реалізується на первинному ринку
2) населенню у рахунок оплати праці	2	11	23	3,6	1,1	0,8	0,6	0,3	
3) пайовикам у рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (часток)	–	–	...	4,1	2,8	2,5	2,3	2,2	
4) на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	2	24	37	13	8,2	7,1	6,6	5,3	
5) за іншими напрямками	–	12	19	54,7	68,1	74,4	74,5	76,3	Продукція, як правило, надходить на вторинний ринок

* Джерело: Розраховано автором на основі даних Держстату України (... – немає даних).

У таких умовах значно простіше реалізувати свої інтереси різним посередницьким структурам, які, закупаючи продукцію у сільськогосподарських

¹⁰ Див.: Лукінов І. І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). К., 1997, с. 45.

підприємств і господарств населення, фактично формують вторинний аграрний ринок, який функціонує, насамперед, завдяки реалізації товаровиробниками аграрної продукції “за іншими напрямками”. Вона практично повністю закуповується ринковими суб’єктами для наступного перепродажу, тобто знову включається до ринкового обороту. У 2011 р. вартість продукції, реалізованої сільськогосподарськими підприємствами “за іншими напрямками”, становила близько 67,2 млрд. грн., а її питома вага у загальній структурі реалізації – 76,3%¹¹. По роках ця величина варіює залежно від кількості проданої продукції, її структури та якості, цінової ситуації тощо. Але, починаючи з 2005 р., вона була не нижчою від 54,7%.

У 2011 р. 90% насіння соняшнику, 83% зернових, 88% картоплі, 68% худоби і птиці (живою вагою) реалізовувалося сільськогосподарськими підприємствами за іншими напрямками¹². Аналогічною є ситуація з реалізацією продукції господарствами населення: за даними головних управлінь статистики у регіонах Держстату України, 80% насіння соняшнику, 78% зернових, 62% худоби і птиці, 61% картоплі та 42% яєць реалізовувалося ними за іншими напрямками (переважно посередникам).

Таким чином, значна частина аграрної продукції потрапляє до посередницьких структур, які контролюють оптові та експортні товаропотоки, а також основні доходи від її реалізації. Їх поява спричинила зростання цін, монополізацію важливих сфер і різке ускладнення збуту продукції сільськогосподарськими виробниками. Надходження її до кінцевого споживача супроводжується 3–4-разовим перепродажем (особливо в оптовій торгівлі), що підвищує транзакційні витрати і здорожчує кінцеву продукцію.

При дослідженні економічних відносин суб’єктів аграрного ринку необхідно враховувати особисті інтереси власників і керівників сільськогосподарських підприємств. Нерідко можна спостерігати суперечність між особистими та колективними інтересами. Так, окремі фахівці здивовані тим, що сільськогосподарські підприємства реалізують продукцію посередникам за ціною, нижчою, ніж переробним підприємствам або державному агенту із здійснення заставних та інтервенційних закупівель. За даними Держстату України, у 2011 р. ціна реалізації цими підприємствами великої рогатої худоби (живою вагою) переробним підприємствам становила 12806,3 грн./т і за іншими напрямками – 11365,7 грн./т, а свиней – відповідно, 14183,3 грн./т і 13517,5 грн./т¹³. Це нерідко зумовлене тим, що їх менеджерам такі операції вигідні, бо вони досить часто супроводжуються так званими “відкатами”, тінювими розрахунками, ухиленням від оподаткування тощо.

Недостатня увага дослідників до проблем зумовленості поведінки ринкових суб’єктів специфікою системи суспільних (насамперед, соціальних) відносин багато в чому пояснюється дефіцитом аналітичних засобів. У більшості досліджень, зорієнтованих на з’ясування економічних інтересів суб’єктів аграрного ринку, переважає врахування агрегованих транзакцій. Це може спричинити певні втрати, оскільки при агрегуванні (коли не локалізовано інтереси, реалізовані у транзакціях) втрачається цінна аналітична інформація (наприклад, про наявність опортуністичних інтересів).

¹¹ Див.: Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 рік. Статистичний бюлетень. К., Державна служба статистики України, 2012, с. 10.

¹² Див.: т а м ж е, с. 7.

¹³ Див.: т а м ж е, с. 38–39, 82–83.

Як підкреслює В. Леонтьєв, сьогодні, замість конструювання теоретичних моделей, здатних зберегти тотожність сотень і навіть тисяч змінних, необхідних для ґрунтового аналізу економічних відносин, сучасні економісти застосовують, насамперед, процедуру “агрегування”, описуючи їх у термінах невеликої кількості відповідних агрегованих змінних¹⁴. Методи такого агрегування ускладнюють ідентифікацію інтересів суб’єктів аграрного ринку та з’ясування їх залежності, когерентності або, навпаки, несумісності у рамках різних відносин.

Потребує ґрунтовнішого дослідження сутнісний аспект відносин між ринковими суб’єктами, що супроводжує здійснення трансакцій в умовах певного інституційного середовища. З нашої точки зору, для пізнання та ідентифікації інтересів суб’єктів аграрного ринку при аналізі ринкових трансакцій необхідно враховувати такі показники:

1) *питома вага контрагента* (посередницької організації, переробного підприємства та ін.) у діяльності сільськогосподарського виробника або маркетингового кооперативу (демонструє “масштаб присутності” певної комерційної структури у діяльності товаровиробника або іншої організації та є абсолютним або відносним вираженням обсягу двосторонніх операцій з цим контрагентом протягом певного періоду);

2) *активність або регулярність здійснення операцій певного виду між досліджуваною організацією та контрагентом* (може виражатись у процентах до загальної кількості операцій за досліджуваний період);

3) *коефіцієнт доходності* (відображає співвідношення доходу на одиницю продукції, отриманого від її реалізації певному контрагенту, та відповідного середнього доходу за певний період або ж від операцій з іншими контрагентами).

На наш погляд, ідентифікація інтересів на базовому рівні одиничних трансакцій з наступним агрегуванням отриманих даних дозволить наочно показати систему взаємовпливів і взаємозалежностей, яка у своїй прив’язці до окремого ринкового агента виявляє себе як “карта його зв’язків” у конкретному господарському контексті. Важлива роль фактора впливу зумовлена тим, що в певних соціально-економічних умовах він часто виявляється найефективнішою формою реалізації інтересів.

Щоб закріпити на поняттєвому рівні аналіз ресурсної забезпеченості суб’єктів аграрного ринку, пов’язаної з наявними соціальними відносинами, можливостями позиціювання кожного із суб’єктів в інституційному середовищі цього ринку та, відповідно, реалізації його інтересів, пропонується включити до апарату економічних досліджень терміни “ресурс впливу” і “капітал впливу”. “Ресурс впливу” – це інтегральний показник, який характеризує здатність ринкового суб’єкта реалізовувати свої економічні інтереси та здобувати конкурентні переваги завдяки налагодженню певної системи відносин. “Капітал впливу” – це конкретна вартісна форма ресурсу впливу, цінність системи відносин, яка залежить від поточного стану інституційного середовища та механізмів позиціювання суб’єкта в ньому.

У контексті сутнісного вираження терміна “ресурс впливу” необхідно зазначити, що відомі представники новітнього ресурсного підходу в теорії стратегічного планування Дж. Барні та Д. Кларк наводять такі характеристики ресурсів, які

¹⁴ Див.: Леонтьєв В. Экономические эссе: Теории, исследования, факты и политика. М., Политиздат, 1990, с. 22–23.

мають стратегічну значущість і надають суб'єктам ринку стійкі конкурентні переваги: цінність, рідкісність, невідтворюваність і незамінність¹⁵. Це означає, що стратегічний ресурс повинен не тільки не підлягати зовнішньому відтворенню — для нього взагалі неможливо підшукати адекватну заміну. Ресурс впливу наділений властивостями цінності та рідкісності. На рівні міжособистісної взаємодії повністю виключаються його відтворюваність і замінність.

Щодо такої ознаки ресурсу впливу, як незамінність, то цю властивість має будь-який нематеріальний актив. Але якщо ефективність певного бренда може бути знижена внаслідок відповідної роботи конкурентів та їх маркетингової стратегії, то знайти “заміну” капіталу впливу конкурента можна лише одним способом — завдяки поступовому нагромадженню відповідного власного капіталу впливу. Очевидно, що він досить високо цінується, адже набувається виключно шляхом тривалої адміністративної та маркетингової роботи, а також налагодження відносин (у тому числі неформальних) з окремими представниками органів влади тощо.

На відміну від нагромадження (яке відбувається протягом тривалого періоду), втрата значної частини капіталу впливу може відбуватися досить швидко (через розрив економічних зв'язків внаслідок дії макроекономічних факторів, невиконання договірних зобов'язань, постачання неякісної продукції або зриву її поставок). Оскільки для нагромадження власного капіталу впливу потрібно багато часу, то одним з методів конкурентної боротьби на вітчизняному аграрному ринку, який істотно впливає на можливості реалізації інтересів його окремих суб'єктів, стає руйнування капіталу впливу конкурентів внаслідок недобросовісної конкуренції (лобіювання інтересів у владних структурах тощо). Одним з макроекономічних факторів, який може зумовити втрату значної частини капіталу впливу окремими суб'єктами аграрного ринку, є також застосування деяких інструментів зовнішньоекономічної політики.

Важливою умовою реалізації економічних інтересів суб'єктів аграрного ринку та їх узгодження з державою є можливість адекватно оцінити та спрогнозувати “правила гри” на ринку. Інакше кажучи, з точки зору реалізації інтересів, немає нічого гіршого, ніж зміна “правил гри” під час самої гри. У розвинутих країнах “правила гри” на аграрному ринку, здебільшого, встановлюються до початку маркетингового періоду на базі прогнозних розрахунків за всіма складовими балансів попиту і пропозиції основних видів сільськогосподарської продукції, з урахуванням тенденцій виробництва та цін світового ринку. Це дозволяє економічним суб'єктам планувати свою діяльність, налагоджувати зв'язки з контрагентами, укладати форвардні та ф'ючерсні контракти на біржах тощо.

В Україні у 2010–2011 рр. важливі зміни “правил гри” на аграрному ринку відбувалися не до початку маркетингового періоду, а вже після збирання врожаю, у розпал його реалізації. Так, встановлення квот на експорт зернових¹⁶ спричинило значні збитки експортерів зерна, які, уклавши контракти із зарубіжними контрагентами і зарезервувавши відповідні його обсяги, не змогли виконати взятих на себе зобов'язань. Причому основна частина їх економічних збитків вимірюється

¹⁵ Див.: Barney J. B., Clark D. N. Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage. N.Y., Oxford University Press, 2007, 316 p.

¹⁶ Див.: Про встановлення обсягів квот на окремі види сільськогосподарської продукції, експорт якої підлягає ліцензуванню до 31 березня 2011 р., і затвердження Порядку видачі ліцензії на експорт окремих видів сільськогосподарської продукції та розподілу квот. Постанова Кабінету Міністрів України від 4.10.2010 р. № 938 (<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/938-2010-%D0%BF>).

не сумами пені, неустойки тощо, виплачених контрагентам за невиконання контрактів, а втратою значної частини капіталу впливу (зокрема, внаслідок погіршення ділової репутації, розриву довірчих відносин).

Оскільки, як правило, збитки експортери перекладають на сільськогосподарських виробників, то у цей період спостерігалось зниження цін реалізації зернових на первинному ринку. За даними Держстату України, у жовтні 2010 р. ціна реалізації зернових сільськогосподарськими підприємствами становила 1259,1 грн./т, а вже у листопаді цього ж року – 1158,7 грн./т¹⁷. За оцінками фахівців, втрати сільськогосподарських виробників від зниження цін на зерно у 2010/11 маркетинговому періоді сягнули, як мінімум, близько 1,5 млрд. грн.¹⁸.

У наступному маркетинговому періоді, внаслідок запровадження з 1 липня 2011 р. експортних мит на основні види зернових і неповернення ПДВ експортерам цієї продукції (у зв'язку з імплементацією положень Податкового кодексу України), відбулося різке зниження закупівельних цін на неї. За даними Держстату України, у червні 2011 р. середня ціна реалізації зернових сільськогосподарськими підприємствами становила 1640,6 грн./т (без ПДВ), а в липні цього ж року – 1309,5 грн./т (без ПДВ)¹⁹. Фактично за місяць ціни знизилися на 20,2%, хоча за цей самий період протягом трьох попередніх років (2008–2010) темпи зниження середньозважених цін на цю продукцію становили 6,8%. Таким чином, у 2011 р. введення експортних мит збіглося з сезонним фактором, тому темпи падіння цін були навіть більшими, ніж відносні величини експортних мит. За розрахунками, це зумовило зменшення прибутків сільськогосподарських виробників у 2011 р. на 4,5 млрд. грн. Відповідно, окремі державні рішення не сприяли реалізації їх інтересів на аграрному ринку.

Винятковою за своєю важливістю формою реалізації інтересів сільськогосподарських виробників є розвиток процесів кооперації та інтеграції. Специфіка інституційної структури економіки України істотно впливає на динаміку й характер цих процесів. Так, неврахування наявності різних інтересів при створенні та функціонуванні сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (СОК) може призвести до надмірної ідеалізації їх функцій внаслідок поверхового дослідження. Сьогодні, як зазначає В. Зіновчук²⁰, поширеною залишається практика недотримання ними основоположних принципів кооперації, що зумовлює небажання сільськогосподарських виробників брати участь у їх діяльності.

Станом на 1 січня 2009 р., в Україні було зареєстровано 496 СОК²¹, або більш як у 2 рази менше, ніж на відповідну дату 2005 р. Причому зростання їх кількості протягом 2010 р. (до 645) зумовлене, здебільшого, не “бумом” кооперації на селі, а бажанням “освоїти” кошти з державного бюджету, які почали виділятися згідно з державною програмою підтримки розвитку СОК²².

¹⁷ Див.: Державна служба статистики України (<http://ukrstat.gov.ua>).

¹⁸ Див.: Остащенко Т., Сеперович Н., Протченко О., Колісник В. Оцінки ефективності державного регулювання експорту та експортних цін на ринку зернових та олійних культур в Україні (<http://uga-port.org.ua/agrarne-rynki/ots-nki-efektivnost-derzhavnogo-regulyuvannya-eksportu-ta-eksportnikh-ts-n-na-rinku-z>).

¹⁹ Див.: Державна служба статистики України (<http://ukrstat.gov.ua>).

²⁰ Див.: Зіновчук В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. К., “Логос”, 2001, 380 с.

²¹ Див.: Міністерство аграрної політики та продовольства України (<http://www.minagro.kiev.ua>).

²² Див.: Про затвердження Державної цільової економічної програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 3.06.2009 р. № 557 (<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/557-2009-%D0%BF>).

Авторська концепція розвитку СОК як інструменту захисту інтересів сільськогосподарських виробників і розвитку конкуренції дещо відрізняється від прийнятої на державному рівні. У згаданій державній програмі відзначалася важлива роль СОК у сприянні доступу ОСГ, фермерських господарств і фізичних осіб – сільськогосподарських виробників до постійно діючих каналів реалізації аграрної продукції. Вважаємо це правильним, оскільки переважна частина трудомісткої сільськогосподарської продукції (картоплі, овочів, фруктів, молока та м'яса) виробляється саме цими суб'єктами (і насамперед, господарствами населення).

Тим часом у контексті необхідності розвитку великотоварного виробництва не слід забувати про іншу ключову функцію обслуговуючої кооперації – сприяння організованому збуту продукції та узгодженому відстоюванню сільськогосподарськими підприємствами (за винятком великих агрохолдингів) своїх інтересів на ринку. Саме ця їх функція є важливою з точки зору захисту й розвитку конкуренції на аграрному ринку, а також розширення участі товаровиробників в експортних операціях. Її реалізації сприятиме розвиток великих СОК маркетингового типу у районних центрах, засновниками яких мають бути сільськогосподарські підприємства та дрібні сільські обслуговуючі кооперативи.

Проте в Україні “дріб'язковий статус” СОК фактично визнається на офіційному рівні. Так, постановою Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів”, від 9 березня 2011 р. передбачено, що бюджетні кошти на конкурсних засадах направляються на фінансову підтримку лише тих СОК, членами яких є виключно особисті селянські та фермерські господарства, а також фізичні особи – сільськогосподарські виробники (для придбання сільськогосподарської техніки, устаткування та обладнання вітчизняного виробництва). Пізніше розпорядженням Кабінету Міністрів України “Про розподіл коштів, передбачених у 2012 році Міністерству аграрної політики та продовольства в державному бюджеті для фінансової підтримки заходів в агропромисловому комплексі”, від 11 квітня 2012 р. коштів на фінансову підтримку СОК взагалі не передбачено.

Таким чином, сьогодні кооперативні формування у сфері збуту, утворені сільськогосподарськими підприємствами (крім фермерських господарств), перебувають поза увагою чиновників і позбавлені будь-якої державної підтримки. Хоча саме вони повинні стати ключовою ланкою у розвитку конкурентного середовища на аграрному ринку. Наприклад, Стратегією соціально-економічного розвитку агропромислового комплексу Російської Федерації на період до 2020 року (наукові основи) передбачено, що до 2020 р. кооперативна система збуту сільськогосподарської продукції повинна займати на агропродовольчому ринку не менш як 50% його загальних обсягів, що дозволить їй стати рівноправним суб'єктом ринку, вагомим конкурентом для сучасних регіональних і міжрегіональних структур, торговельно-закупівельних структур посередників²³.

Розвинуті країни (насамперед, країни ЄС, США і Канада, де малим і великим господарствам відводиться однакова роль) розв'язали проблему збуту аграрної продукції, здебільшого, за рахунок не тільки створення у сільській місцевості

²³ Див.: Ушацев И. Г., Серков А. Ф., Чекалин В. С. и др. Стратегия социально-экономического развития агропромышленного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года (научные основы). М., ВНИИЭСХ, 2011, с. 43.

первинних кооперативів (з реалізації продукції їх членів), але й розбудови ними ширококомасштабної заготівельно-збутової інфраструктури на засадах кооперації та її інтеграції з торгівлею, підприємствами харчової та переробної промисловості. У США і Канаді фермерські кооперативи є власниками великих переробних підприємств і елеваторів.

За даними Національної асоціації фермерських кооперативів США, понад 2 млн. американських фермерів є членами одного або декількох кооперативів. За підсумками 2008 р., активи американських фермерських кооперативів оцінювались у 57 млрд. дол.²⁴ Більшість з них займаються переробкою, зберіганням і реалізацією зерна (2/3 їх загальної кількості), молока (12%), фруктів і овочів (13%)²⁵.

На наш погляд, в Україні інституційну підтримку реалізації інтересів сільськогосподарських виробників і розвитку конкурентного середовища аграрного ринку необхідно здійснювати за аналогією з оптимізацією системи оптових ринків сільськогосподарської продукції. Абсолютно очевидно є необхідність переєстрації агроторгових домів у СОК маркетингового типу, а також оптимізації їх діяльності. Це доцільно робити на основі прийняття закону України “Про агроторгові дома кооперативного типу (на кооперативній основі)”, яким передбачити порядок набуття юридичною особою та позбавлення її статусу агроторгового дому кооперативного типу (АТД-КТ), основні напрями його діяльності, перелік послуг, механізми державної підтримки тощо.

Державна політика підтримки сільськогосподарських маркетингових кооперативів, яким надано статус АТД-КТ, повинна здійснюватися шляхом: 1) сприяння їх створенню, організації та ефективному функціонуванню; 2) надання їм фінансової підтримки у період становлення; 3) створення та підтримки функціонування системи інформаційного забезпечення, виділення бюджетних коштів для підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, зайнятих у цих кооперативних формуваннях, їх інформаційної підтримки; 4) застосування до них у перші 3–5 років діяльності тих самих механізмів фінансової допомоги і підтримки, які реалізуються щодо підприємств АПК; 5) надання їм земельних ділянок із земель державної та (або) комунальної власності для будівництва елеваторів і баз зберігання продукції, а також часткового відшкодування з бюджету вартості такого будівництва; 6) законодавчого забезпечення їх експортної діяльності як структур, найбільш наближених до сільськогосподарських виробників.

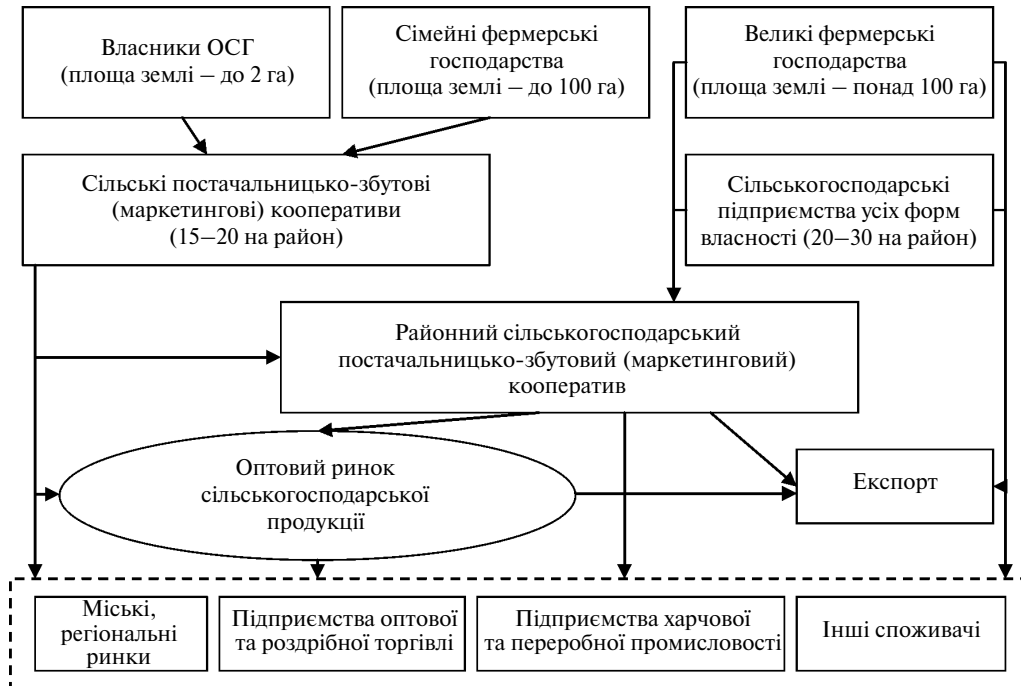
Очевидно, що бюджетну підтримку (у рамках програм розвитку тваринництва, рослинництва та ін.) повинні отримувати, у першу чергу, ті сільськогосподарські підприємства, які реалізують свою аграрну продукцію через “прозорі” канали збуту (насамперед, через АТД-КТ, аграрні біржі тощо), а не через посередницькі структури з використанням тінювих схем і розрахунків, а також ухиленням від оподаткування. Поряд з державним стимулюванням розвитку АТД-КТ, це сприятиме активній участі в їх роботі сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств, зміцнюватиме їх конкурентні позиції на внутрішньому та зовнішньому аграрних ринках.

Авторську модель формування окремих маркетингових каналів збуту сільськогосподарської продукції, які б сприяли реалізації інтересів сільськогосподар-

²⁴ Див.: Cooperative Facts. U.S. National Council of Farmer Cooperatives (<http://www.ncfc.org/information/cooperative-facts>).

²⁵ Див.: Agricultural Cooperatives in the 21st Century. United States Department of Agriculture (<http://www.rurdev.usda.gov/rbs/pub/cir-60.pdf>).

ських виробників і відстоюванню їхніх позицій на аграрному ринку, наведено на рисунку.



Модель формування окремих маркетингових каналів збуту сільськогосподарської продукції

Сьогодні абсолютно очевидно є необхідність координації спільних дій сільськогосподарських виробників на ринках тваринницької продукції (худоби і птиці, незбираного молока) – ринках з яскраво вираженим олігопсонічним середовищем. Роль районних маркетингових кооперативів у процесі координації дій, пов'язаних з реалізацією зазначених видів продукції, важко переоцінити. Вони можуть брати опосередковану участь у реалізації продукції за прямими зв'язками переробним підприємствам, тобто на первинному ринку. Тут не йдеться про безпосереднє здійснення ними її поставок – у даному випадку вони виконуватимуть функцію інтегратора та координатора дій товаровиробників, сприятимуть напрацюванню єдиної тактики дій на ринку, зменшуючи тим самим монополістичний вплив переробних підприємств.

З розвитком кооперації повинні формуватися вертикально інтегровані кооперативні об'єднання – аж до створення національних кооперативних структур, які б представляли інтереси їх членів на всіх рівнях управління АПК.

З точки зору розвитку конкурентного середовища аграрного ринку та реалізації інтересів його основних суб'єктів, винятковими за своїм значенням є процеси вертикальної інтеграції (сільськогосподарських підприємств і підприємств суміжних галузей). Розвиток вертикальної інтеграції дозволяє пом'якшити наслідки монополізації ринку та її деструктивний вплив на сільськогосподарських виробників. Вертикальна інтеграція сприяє усуненню ризиків, пов'язаних з реалізацією аграрної продукції, фактично замінюючи недосконалу конкуренцію на механізми регламентації частки кожного її суб'єкта у вартості кінцевої продукції. Інакше кажучи, вертикальна інтеграція замінює високоризикові для сільськогосподар-

ських підприємств (через слабкість їх конкурентних позицій на ринку) ринкові трансакції на прями (неринкові) зв'язки з підприємствами суміжних галузей. Тим самим усуваються ризики (у тому числі інвестиційні), пов'язані з високою невизначеністю умов реалізації сільськогосподарської продукції як за обсягами, так і за цінами.

Доцільно зауважити, що процеси інтеграції в АПК України неможливо адекватно осмислити безвідносно до визначальної ролі інтересів. Їх неврахування може спричинити недостатнє розуміння механізмів блокування потенціально ефективної вертикальної інтеграції, яка, водночас, є не вигідною з точки зору тих чи інших інтересів. Необхідно, щоб інтеграція була певним чином умотивованою для всіх її ключових учасників. Отже, передумовою для успішної інтеграції є досягнення балансу інтересів. Інакше в цьому процесі буде закладено приховану конфліктність, яка через певний проміжок часу може призвести до зниження економічної ефективності виробництва в галузі.

Інтеграція априорі передбачає наявність сильного інтегратора, в ролі якого, як правило, виступає переробне підприємство, яке, хоча й меншою мірою, але все ж диктує свої умови виробникам сільськогосподарської сировини. Тому в системі економічних відносин учасників інтегрованого формування центральне місце повинні займати розподільні відносини, які для уникнення дискримінації доцільно координувати з боку держави.

На наш погляд, удосконалення взаємовідносин сільськогосподарських і переробних підприємств — як у межах інтегрованих формувань (із збереженням юридичної самостійності їх учасників), так і на аграрному ринку в цілому — можливе на основі застосування інструментарію індикативних цін на державному рівні. При їх розрахунку та обґрунтуванні необхідно визначити вклад кожного учасника у вартість кінцевої продукції. При правильному розв'язанні цієї проблеми можна отримати потрібні інструменти для побудови ефективної моделі координації з боку держави економічних відносин на аграрному ринку (у першу чергу, у сегменті тваринницької продукції).

Взагалі індикативні ціни на сільськогосподарську продукцію, яка послідовно проходить стадії виробництва, переробки та реалізації, можуть визначатися двома способами.

При першому варіанті — прямим методом, тобто на основі нормативних витрат і застосовуваних технологій виробництва. У цьому випадку вартість кінцевої продукції визначатиметься на затратній основі — починаючи з першої стадії (виробництва) і закінчуючи останньою (торгівлею), з урахуванням приросту доданої вартості. Але, оскільки у ринкових умовах основним фактором виступає попит, то доцільним є застосування другого способу визначення індикативних цін — на основі так званої “реверсної моделі”. Згідно з нею, вартість сільськогосподарської сировини визначається у зворотному порядку: роздрібна ціна на кінцевий вид продукції → відпускна та оптова ціни → індикативна (орієнтовна) ціна на сільськогосподарську продукцію.

При другому варіанті вихідним пунктом для розрахунків слугує фактично сформована ринкова ціна на конкретний вид готової продукції, а кінцевим — індикативна (орієнтовна) ціна на конкретний вид сільськогосподарської сировини. Із запровадженням на офіційному рівні розрахунків необхідних параметрів (рівня торговельної надбавки, норми прибутку та витрат переробного підприємства тощо)

реалізація концепції індикативних цін на окремих ринках тваринницької продукції не вбачається як надскладне завдання. Поряд з механізмами контролю за дотриманням індикативних цін, це слугуватиме важливим фактором удосконалення економічних відносин на аграрному ринку та уникнення негативних наслідків його монополізації.

Отже, за результатами досліджень процесу реалізації інтересів суб'єктів аграрного ринку у господарській системі сучасної України розкрито вплив на його здійснення окремих форм ресурсного забезпечення, пов'язаних із соціальними відносинами та неформальними підйомами взаємодії цих суб'єктів. Вказано на фактори сприяння реалізації інтересів, пов'язані із специфічним інституційним середовищем ринку. Невдачі із створенням окремих елементів інфраструктури аграрного ринку, низька результативність процесів інтеграції та кооперації, неповнота інформації погіршують умови реалізації інтересів на цьому ринку. Тому автором запропоновано концепцію розвитку СОК як інструменту захисту інтересів сільськогосподарських виробників і вдосконалення конкуренції, що передбачатиме трансформацію державної підтримки розвитку сільськогосподарської кооперації; обґрунтовано необхідність і шляхи оптимізації ролі держави у процесах функціонування аграрного ринку та інтеграції його суб'єктів (із збереженням їх юридичної самостійності) на основі запровадження механізмів індикативного ціноутворення, що сприятиме забезпеченню еквівалентності обміну та підвищенню ефективності діяльності інтегрованих формувань.

Стаття надійшла до редакції 18 квітня 2012 р.
