

УДК 631.15 : 65.011.3

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА

Л.В. Лопотан

Одеський державний аграрний університет

Ключові слова: ринок, продукція птахівництва, попит, пропозиція.**Анотація.** Розглянуто методологічні основи та визначено теоретичну сутність ринку продукції птахівництва.

Вступ. Відродження птахівничого підкомплексу АПК, формування та розвиток внутрішнього та зовнішнього ринку яєць та м'яса птиці перебувають у площині стратегічних напрямів забезпечення продовольчої безпеки країни. Це зумовлюється як важливим значенням продукції птахівництва в продовольчих ресурсах, так і сприятливими умовами для розвитку галузі як найбільш інтенсивної та динамічної у сільськогосподарському виробництві. Проте в останні роки внаслідок кризи в аграрній сфері в галузі птахівництва відбулися зміни, які негативно вплинули на її розвиток. Негативні тенденції наявні у функціонуванні всіх елементів ринку продукції птахівництва: виробництва, переробки та споживання, тому стабілізація розвитку галузі, забезпечення ефективного функціонування її ринку є загальнодержавним завданням стратегічного значення.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні та загально – методичні проблеми розвитку ринку в історичному аспекті знайшли відображення у працях зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршала, А. Курно, А. Пезетті, К. Маконелла, С. Брю, П. Хейне, В. Базилевича, С. Мочерного, О. Устенка, В. Білика, П.Т. Саблука та інших.

Значний внесок у розробку теорії і практики функціонування продовольчого ринку зробили П. Гайдуцький, О. Гриценко, М. Дем'яненко, Ю. Коваленко, О. Шпикуляк, В. Юрчишин та інші вчені.

Проблеми формування і функціонування ринку продукції птахівництва знайшли відображення в роботах В. Бойко, С. Кваши, О. Лук'яненко, Б. Мельника, В. Топіхи, В. Шпичака, Ф. Ярошенка та ін., проте важливі аспекти формування та функціонування ринку яєць та м'яса птиці з позицій сучасних умов глобалізації світової економіки потребують подальших досліджень. З огляду на це виникає необхідність наукової оцінки та узагальнення теоретичних знань щодо сутності категорії “ринок продукції птахівництва” з метою обґрунтування перспективних напрямів його розвитку.

Результати досліджень. В економічній літературі підґрунтям у теоретико – методичному тлумаченні ринку визначеного виду продукції є категорія “ринок”, що зумовлює осмислення відповідного понятійного апарату.

У процесі становлення і розвитку товарно – грошових відносин формується такий найважливіший їх елемент, як ринок. Ринок як одна з категорій товарного виробництва у процесі його еволюції зазнав істотних кількісно – якісних змін, що позначилося на трактуванні цього поняття в останні понад двісті років.

Еволюція поглядів щодо сутності поняття ринок зумовлює його розуміння від найпростіших форм обміну до дедалі досконаліших. Різні напрями та школи економічної думки неоднозначно тлумачили його сутність: меркантилісти розглядали ринок через призму зовнішньої торгівлі, фізіократи – через взаємодію факторів виробництва, а також перерозподілу вартостей; А. Сміт – через призму капіталістичних взаємодій, що побудовані на основі попиту і пропозиції, конкуренції. Розуміння змісту та функцій ринку також описано у теорії народонаселення, системі Рікардо, Законі Сея і класичній теорії грошей, марксовій економічній науці, теорії граничної корисності (маржиналізмі), маршоловій економічній науці, теорії граничної продуктивності й ціни виробничих факторів, теорії капіталу і відсотка, теорії загальної рівноваги та економічній теорії добробуту, економічній теорії використання простору і класичній теорії розміщення виробництва, неокласичній теорії грошей, відсотка та цін; кейнсіанська система; інституціоналізм [1].

У працях А. Сміта і Д. Рікардо термін “ринок” не набув чіткого економічного визначення, оскільки його відносили до зовнішніх поверхових явищ ринкової економіки, а

тому використовували переважно для характеристики ринкового попиту [2, 3].

Спочатку домінувало побутове розуміння поняття “ринок” як синоніма терміна “базар” певної ринкової площі, на якій велась торгівля. Саме це визначено в словнику української мови [4].

Першу спробу дати наукове визначення ринку зробив французький економіст А. Курно, на думку якого це, в першу чергу, “будь який район, на якому взаємовідносини покупців і продавців настільки вільні, що ціна на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватись”. Позитивним у цьому визначенні є характеристика ринку через відносини його суб'єктів.

Цей аспект визначення відтворювався в працях західних економістів і надалі. Так А. Маршал розглядав ринок як будь – яку групу людей, які вступають у тісні ділові відносини і укладають великі угоди щодо будь якого товару. Проте у його визначенні, як і дефініції Курно, відсутня чітка класифікація самих відносин: Курно називає їх просто відносинами, Маршалл – цільовими. Водночас перше визначення є досконалішим, оскільки в ньому акцентуються саме відносини, а в другому – групи людей [5]

А. Пезеті також відокремлює територіальні ознаки ринку, відмічаючи що ринок – це умовне місце, куди сходяться виробники товарів, які пропонують цей товар покупцям, і покупці, які пред'являють попит на товар. Майже ідентичне тлумачення у російського економіста В.Я. Железнова, який розуміє ринок як місце, де здійснюється продаж або купівля товару [6].

К. Маконелл і С. Брю у підручнику “Економікс” розглядають ринок як інститут або механізм, що зводить покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг [7].

Американський економіст П. Хейне вважав, що ринок – це набір взаємозв'язків, або конкурентних торгів. Ці визначення об'єднує те, що всі вони виходять із тлумачення західними науковцями предмета економічної науки, тобто без наголосу на вивченні виробничих або економічних відносин, але у обох визначеннях відсутня така важливість ринку як відносини між людьми і сутнісні ознаки цього інституту.

Описуючи еволюцію ринку, необхідно відмітити, що Джевонс включає в тлумачення ринку обидві характеристики: спочатку ринок являю собою публічне місце в місті, де виставляються на продаж харчові продукти та інші предмети, з подальшим узагальненням до означення всякої групи людей, які вступають в тісні ділові стосунки і укладають угоди з приводу будь – якого товару [8].

У “Великому економічному словнику” за редакцією Азриліяна, ринок охарактеризовано як сукупність соціально – економічних відносин у сфері обміну, завдяки яким здійснюється реалізація товарної продукції і остаточно визначається суспільний характер втіленої в неї праці; будь який інститут або механізм, який водить разом покупців і продавців конкретного товару або послуг [9]. Проте в економічній енциклопедії, під ринком зазначено сукупність умов завдяки яким покупці і продавці товару (послуги) вступають у контакт один з одним з метою купівлі або продажу цього товару (послуги) [10].

Пол Л. Самюельсон, В. Нордгауз трактують ринок як механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну та кількість товару [11].

Сучасна парадигма поняття ринку представлена як впорядкований механізм (структура), що забезпечує нормальну взаємодію виробництва і споживання. Автори підручника “Основи економічної теорії” вважають, що ринок це сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами господарської діяльності у процесі виробництва й розподілу економічних благ, обміну результатами виробництва, товарного обігу на основі об'єктивних законів товарного господарства і обігу [12]

Авторський колектив, за загальною редакцією Базилевича тлумачать ринок – як систему економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно – грошових і фінансово – кредитних механізмів [13].

Як регульовану систему (техніко – економічних, організаційно – економічних та економічної власності) відносин між суб'єктами різних типів і форм власності і господарювання в межах окремих країн і світового господарства з приводу купівлі товарів і послуг

згідно з законами товарного виробництва визначають ринок С.В. Мочерний, М.В. Довбенко. Проте слід відмітити, що це визначення конструктивне з погляду економічної теорії, але недостатнє для характеристики політико – економічного аспекту ринку, тобто з боку відносин економічної власності [14]

Дещо пізніше С.В. Мочерний, О.А. Устенко вже надають комплексне визначення ринку через призму виконуваних ним функцій, як сукупності економічних відносин між різними суб'єктами з приводу купівлі продажу товарів і послуг, у процесі яких відбувається остаточне визнання їх вартості та реалізація, завдяки чому посилюється конкуренція між товаровиробниками, забезпечується безперервність суспільного відтворення, а також здійснюється опосередкований контроль споживачів за виробництвом [15].

В.О. Білик, П.Т. Саблук узагальнюють та зводять поняття ринку по-перше, до обміну, що організований за законами товарного виробництва та обігу; по-друге, до економічного простору, на якому відбувається обмін товарами; по-третє, до конкретних відносин між виробниками і споживачами у процесі купівлі продажу товарів (послуг); в-четвертих, виокремлюють ринок як один із головних елементів складної системи господарювання, в якій тісно взаємодіють ринковий механізм та регулюючі інститути [16].

Для категорії “ринок” характерна складна структура, яка класифікується за різними критеріями. Зокрема, за галузевим критерієм виділяють аграрний (сільськогосподарський) ринок. Аналіз світової та вітчизняної літератури свідчить, що терміни аграрний, продовольчий, сільськогосподарський ринок, а також сільськогосподарської продукції, агропромислової продукції, агропродовольчий ринок використовуються як тотожні категорії, що означають одне і теж поняття. А відповідно до маркетингових властивостей окремих товарних груп та характеру обмінних процесів (операцій) аграрний ринок складається з різних продуктивних ринків (зерна, м'яса, молока, овочів, картоплі, яєць та ін.). Формування ринків сільськогосподарської продукції доцільно проводити у горизонтальному розрізі, тобто за видами сільськогосподарської продукції з урахуванням її особливостей, що буде сприяти можливості застосування спеціальних методів державного впливу на ринок певного сільськогосподарського продукту.

Аналіз існуючих підходів до трактування терміну “ринок” виявив багатогранність точок зору на зміст цієї категорії. Очевидно, що кожне з цих визначень правильне, але в той же час вони місять в собі загальні риси цього складного економічного явища, яким є ринок, і виділяють окремі з цих рис. Виходячи з цього, на нашу думку, ринок продукції птахівництва - це механізм реалізації обмінного зв'язку між виробництвом і споживанням продукції птахівництва на основі використання низки економічних законів товарного виробництва та взаємодії державних регулятивних інститутів.

Ринок продукції птахівництва є складовою продовольчого ринку України, причому органічно вплетеною в його структуру. Формування ринку яєць та м'яса птиці залежить від специфіки цих видів продукту (це продукція першої життєвої необхідності; різноманітність органолептичних, харчосмакових, санітарно - гігієнічних вимог до продукції; постійний та повсюдним попит на яйця та м'ясо птиці; обмежений термін зберігання, необхідна упаковка, необхідність існування певної виробничої бази та інфраструктури для зберігання, сортування, транспортування і продажу продукції) та зумовлено перевагами галузі птахівництва, що визначаються біологічними особливостями птиці, яка має високу продуктивність, швидку енергію росту і розвитку, короткий ембріональний період, скоростиглість, високу окупність корму приростом живої маси, великий забійний вихід, смакові і технологічні якості продукції. Організаційно-економічні переваги галузі формують здатність швидкого відтворення поголів'я і обороту стада; відсутність сезонності виробництва і можливість рівномірної реалізації продукції протягом року безпосередньо на ринку і в переробленому вигляді. Оскільки м'ясо птиці та яйця є продуктами першої необхідності, попит на них постійний, масштаби виробництва гнучкі і мало залежать від площі земельних угідь господарств, але при цьому розвиток комбікормової промисловості і зернового ринку мають визначальний вплив на розвиток підприємств галузі.

Оскільки, пізнання ринку як економічної категорії неможливе без глибокого аналізу його структури, тобто елементів, з яких він складається, і які взаємодіють між собою, то доцільним є обрання критерію, за яким можна розмежувати елементи ринку продукції пта-

хівництва. Такими критеріями, щодо ринку продукції птахівництва, може бути економічне призначення об'єктів ринкових відносин: ринок яєць та м'яса птиці.

Ринок продукції птахівництва за ступенем зрілості ринкових відносин, на нашу думку, можна віднести до ринків, що формується; за насиченістю – рівноважний і нерівноважний у формі дефіцитного і надлишкового. Вважаємо, досить вдалим узагальнення критеріїв здійснено Р.П. Дудяком і В.В. Липчуком [17] і пропонуємо проводити класифікацію ринку продукції птахівництва за такими критеріями: співвідношенням попиту і пропозиції (ринок продавців і ринок покупців); територіальним обмеженням (місцевий (локальний), регіональний, національний і світовий ринки); організаційною структурою (ринок відкритий і закритий); якісною структурою (потенційний ринок, дійовий ринок, кваліфікований ринок, освоєний ринок); особливістю маркетингової діяльності (цільовий, основний, додатковий та зростаючий ринки). Наведена класифікація дозволяє поглибити характер дослідження ринку продукції птахівництва виходячи із специфічних особливостей продукту, характеру його виробництва і кінцевого споживання, організаційної побудови і територіальної приналежності.

Структура ієрархічних рівнів ринку продукції птахівництва складається з п'яти сфер: виробництва, переробки, зберігання, формування споживчих ресурсів та споживання.

Основними суб'єктами цього ринку є: товаровиробники – усі категорії сільськогосподарських підприємств, у тому числі особисті господарства населення; переробні підприємства різних галузей, міністерств і відомств; посередники – державні і приватні інститути, фірми, фізичні особи, спілки, кооперативи, заготівельні організації тощо; комерційні структури, включаючи маркетингові фірми; підприємства торгівлі – фізичні та юридичні особи гуртової і роздрібно-торгівлі, агроторгові дома тощо.

Основними категоріями, що характеризують ринок продукції птахівництва, є попит і пропозиція, ціна, які реалізуються у процесі купівлі-продажу через гуртову та роздрібну торгівлю.

Попит на ринку яєць та м'яса птиці формується під впливом демографічних, економічних, вартісних чинників, тобто він залежить від кількості населення, розподілу його доходів, якості і вартості товарів, товарного асортименту, реклами. Пропозиція залежить від організаційно-економічних (розвиток інфраструктури ринку, форми організації виробництва, грошова та кредитно-податкова політика держави, взаємовідносини сільськогосподарських товаровиробників і переробних підприємств), технологічних (догляд за птицею, її повноцінна годівля, технологія зберігання і переробки) чинників.

Нормальне функціонування ринку передбачає, що всі його елементи знаходяться в стані рівноваги. Відповідно до цього виробництво повинно бути вигідним для виробників і достатньо в необхідній кількості і якості задовольняти потреби споживачів. Цьому повинна сприяти розвинута інфраструктура посередників, достатня купівельна спроможність споживачів, тобто потрібна така система виробництва та його обслуговування, щоб забезпечити виготовлення кінцевої продукції в такій кількості і якості, яка має попит на ринку збуту, а виробництво могло б вдосконалюватися і розвиватися.

Важливим проблемним питанням залишається налагодження взаємодії усіх складових ринку, мається на увазі відпрацювання “правил гри” між виробниками продукції птахівництва (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства і особисті господарства населення), сферою переробки (переробні підприємства) і торгівельною мережею (оптова і роздрібно-гуртова торгівля).

Кінцевою метою формування ринку продукції птахівництва є досягнення економічної результативності ринку, що проявляється в ефективності виробництва яєць та м'яса птиці; розміщенні ресурсів; впровадження досягнень науково-технічного прогресу, що сприяє забезпеченню населення якісною та дешевою продукцією; раціональне використання трудових ресурсів; справедливий розподіл доходів.

Висновки. Ринок продукції птахівництва формується суб'єктами ринкових відносин у процесі товарообміну, і є невід'ємною складовою частиною продовольчого ринку. Тому, вважаємо, доцільним в системі ринків сільськогосподарської продукції виділити як самостійну складову ринок продукції птахівництва, оскільки для цього існують не тільки теоретико – методологічні основи, а й практичні причини. Процеси формування та функці-

онування ринку яєць та м'яса птиці мають свої особливості, що зумовлені специфікою продуктів та особливостями галузі птахівництва.

Література

1. Шпикуляк О.Г. Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. - № 7. – С. 120 – 121.
2. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов./ А. Смит – М.:Соцэкгиз. - 1992.
3. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / А. Рикардо – М. 1995
4. Словник української мови. Т. 8. К: Наукова думка, 1977. – 927 с.
5. Маршал А. Принципы экономической науки / А. Маршал / [Пер. с англ.]; Т. 2. – М. Прогресс, 1993. – 312 с.
6. Чухно А.А. Рынок / А.А. Чухно. – К.: Украина, 1995. – 448 с.
7. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконел, С.Л. Брю / [В 2 т.: пер. с англ. Т.1.] – М. Республика, 1992. – 399 с.
8. Аникин А.В. Юность науки: жизнь и идеи мыслителей – экономистов до Маркса. [3-е изд.] / А.В. Аникин. – М.: Политиздат, 1979. – 367 с.
9. Большой экономический словарь / [под ред. А.Н. Азрилияна]. - 3-е изд. – М.: Институт новой экономики, 1998. – 864 с.
10. Экономическая энциклопедия / [под ред Л.И. Абалкина]. – М.: Экономика, 1999. - С. 696.
11. Пол Л. Самюельсон, В. Нордгауз Мікроекономіка / Л. Пол, В. Нордгауз / [переклад з англ.]; / [наук. редактор перекладу С. Панчишина]. – К.: Основи, 1998. – С. 75.
12. Основи економічної теорії: Навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [В.Б. Алексеев, О.І. Андрус, М.В. Вербицька та ін.]; за заг. ред. П.В. Круша, В.І. Депутата, С.О. Тульчинської. – К; Каравела. - 2008. – 448 с.
13. Економічна теорія: Політекономія: підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. [вид. 7-ме]; / за заг. ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання – Прес. - 2008. – С. 189.
14. Мочерний С.В., Довбенко М.В. Економічна теорія: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / С.В. Мочерний, М.В. Довбенко. – К.: Видавничий центр “Академія”. - 2004. – 856 с.
15. Мочерний В.С., Устенко О.А. Основи економічної теорії: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.С. Мочерний, О.А. Устенко [вид. 2-ге, доп.] – К.: ВЦ “Академія”. - 2006. – 504 с.
16. Основи економічної теорії: Навч. посібник / [В.О. Білик, О.І. Гойчук, М.М. Гузик та ін.]; за ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука. – К.: Інститут аграрної економіки. - 1999. – 468 с.
17. Дудяк Р.П., Липчук В.В. Маркетинг: теорія, методологія, практика.: Навч. посібник. / Р.П. Дудяк, В.В. Липчук.– Львів: Українські технології. - 2001. – 260 с.

Лопотан Л.В. **Теоретическая сущность рынка продукции птицеводства**

Аннотация. Рассмотрены методологические основы и определена теоретическая сущность рынка продукции птицеводства.

Ключевые слова: рынок, продукция птицеводства, спрос, предложение.

Lopotan L.V. **The theoretical essence of the poultry farming production market**

Summary. Methodological bases of the poultry farming production market are considered and its theoretical essence are defined.

Key words: market, poultry farming production, demand, supply.