

2. Dukla, D. (2008), "Professional competencies of the manager of modern Europe – a determinant of his professionalism", *Sotsialna pratsia yak instrument intehratsii mistsevoho suspilstva*, Czestochowa, p. 34-35.

3. Zhyhailo, N.I. (2008), *Psykhologhiia dukhovnoho stanovlennia osobystosti maibutnoho fakhivtsia* [Psychology of the spiritual formation of the personality of the future specialist], Vydavnychiy tsentr Lvivskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Franka, Lviv, Ukraine, 336 p.

4. Zhyhailo, N.I. (2008), *Sotsialno-ekonomichna diahnozyka* [Socio-economic diagnostics], Novyi Svit-2000, Lviv, Ukraine, 224 p.

5. Kotliarska-Mikhalska, A., Kantovich, Ye. and Oliubinski, A. (2003), "Manager as a researcher and strategist – new challenges in education", *Suspilni dii v sotsialnii pratsi na porozi XXI stolittia*, Torun, p. 33.

6. Maksymenko, S.D., Maksymenko, K.S. and Papucha, M.V. (2007), *Psykhologhiia osobystosti* [Psychology of personality], KMM, Kyiv, Ukraine, 296 p.

7. Maksimenko, S. (1999), *Obshchaya psikhologiya* [General Psychology], Refel-buk, General Psychology, Moscow, Russia, 528 p.

8. Sukhomlinskiy, V.A. (1979), *Izbrannyye proizvedeniya* [Selected works], vol. 1, Radianska shkola, Kyiv, Ukraine, 686 p.

Стаття надійшла до редакції 28.05.2018 р.

Рецензент: д.е.н., професор Тернопільського національного економічного університету П.Р. Пуцентейло

УДК 339.132.2:631.53.01
JEL Classification Q2

Чехов С.А.,
канд. екон. наук, старший науковий співробітник, директор
Дослідної станції ефіроолійних та малопоширених
сільськогосподарських культур
Національної академії аграрних наук України, м. Запоріжжя

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І МІСЦЕ РИНКУ НАСІННЯ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У СИСТЕМІ АГРАРНИХ РИНКІВ

Chekhov S.A.,
cand.sc.(econ), senior researcher,
head of Experimental station of rare and
aromatic crops NAAS, Zaporizhzhia

THE ECONOMIC ESSENCE AND PLACE OF THE MARKET OF OILSEED CROPS IN THE SYSTEM OF AGRARIAN MARKETS

Постановка проблеми. Аналіз розвитку вітчизняного ринку олійних культур демонструє планомірний перехід на інтенсивні технології виробництва і насамперед за рахунок поєднання сучасних сортів та гібридів соняшнику, сої, ріпаку з технологіями їх вирощування. Зростання урожайності олійних культур забезпечило збільшення вдвічі сировинної бази для переробних підприємств. Ефективність функціонування олійно-жирової галузі напряму залежить від використання потенціалу сортових ресурсів. Високопродуктивні сорти і гібриди насіння олійних культур є запорукою інтенсифікації сільського господарства країни. Попередні дослідження показали, що основними тенденціями на ринку насіння олійних культур є домінування світових насінневих компаній над вітчизняними селекційними установами, фірмами, а негативний вплив відбувається за рахунок розбалансованої вітчизняної насінневої мережі. Вітчизняна селекційно-насінницька наука вже понад 100 років успішно працює над створенням нових сортів, які є важливим фактором підвищення врожайності і поліпшення якості сільськогосподарської продукції. Перехід економіки країни до ринкових відносин істотно вплинув на систему селекції та насінництва. Сьогодні потрібен об'єктивний

аналіз її стану для пошуку нових концепцій, принципів і форм організації, підвищення економічної ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність вітчизняного аграрного ринку викладена в працях відомих вчених Маліка М.Й., Єценка П.С., Коваленка Ю.С., Левківської Л.М., Дудара В.Т., Радаєва В.В. [1-6]. Аспекти розвитку ринку насіння представлено в публікаціях Фадєєва Л.В., Захарчука О.В. [7-9]. Дослідження зазначених вчених зосереджені на теоретичних і методологічних аспектах ринку і певних сегментах аграрного ринку. Проте, в Україні до недавнього часу не здійснювалися дослідження сутності ринку насіння загалом, і зокрема ринку насіння олійних культур. Нерозкритими вважаємо питання інтеграції вітчизняного ринку насіння олійних культур із світовими тенденціями в сфері генетики і маркетингу насіння, взаємодії попиту і пропозиції, удосконалення міжгалузевих економічних зв'язків. Важливість теми з точки зору аграрного потенціалу вітчизняної економіки потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити економічну сутність і місце ринку насіння олійних культур у системі аграрних ринків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження сутності ринку як економічної категорії показало, що погляди економістів на трактування цього економічного явища є різними. Більшість науковців в основу досліджень ринку покладають економічні відносини, що виникають між виробниками, продавцями й споживачами, і які проявляються відповідно до дії законів товарного виробництва і грошового обігу [10, с. 276], [11, с. 159], [12, с. 72], [13, с. 10-14]. Ринок є атрибутом стійкості поступального економічного розвитку суспільства, і поступово регульований ринок перетворюється в соціальний інститут. Ринок також розглядається як механізм, який сприяє встановленню певних взаємозв'язків між продавцем і покупцем [14, с. 75] та врівноважує не тільки попит і пропозицію, але й виробничі можливості та споживчі уподобання, формуючи механізм утворення рівноважних цін на товари [14, с. 7]. Багатоаспектність трактувань ринку є природньою, тому що ринок – явище доволі складне і не достатньо вивчене [15, с. 7]. Загалом, ринок трактується як «сфера товарного обігу», «економічні відносини між виробниками і споживачами (продавцями і покупцями)», «взаємодія пропозиції та попиту на товари», «сукупність трансакцій купівлі й продажу», «механізм встановлення зв'язків», «сукупність економічних умов», «сукупність інституцій у сфері товарного обігу» тощо.

Ринок як полісистемне утворення має надзвичайно багату структуру. Його складниками є ринки: товарів, капіталу, фінансово-кредитний, валютний, трудових ресурсів, інформації, так званий тіньовий, а також ринкова інфраструктура. Кожний з перелічених елементів здатний функціонувати у так званому автономному режимі і тому має свою структурну побудову. Всі вони взаємодіють як частина єдиної системи, оскільки органічно пов'язані між собою у становленні та розвитку. Порушення цього взаємозв'язку стає серйозною перешкодою існування повноцінного ринкового середовища [16, с. 18].

На сьогодні функціонує понад 25 видів ринку, які мають власні специфічні ознаки. 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 [15, с. 23].

Ринок насіння олійних культур є складовою частиною аграрного ринку, ринку засобів виробництва, ринку землі, ринку фінансів. Він характеризується масштабними обсягами виробництва насіння соняшнику, сої, ріпаку для потреб товарного ринку олійних культур, експортно-імпортних операцій, розширенням площ посіву насіння олійних культур в усіх регіонах України, розвитком інфраструктури та маркетингової діяльності суб'єктів. Специфічними рисами ринку насіння олійних культур є різноманітність сортів і гібридів насіння олійних культур, велика кількість оригінаторів і продавців, насіння виробляється фахівцями-селекціонерами та агрономами-насіннезнавцями, продукт споживається в процесі виробництва сільськогосподарської продукції, має відповідний асортимент з різною вартістю та споживчими потребами, не має замінників.

Територіальне розміщення виробництва і продажу насіння олійних культур є основою його структуризації. Насінневий фонд в Україні формується на національному, регіональному (район, область), локальному (суб'єктів насінництва) рівнях (рис. 1). Консолідація ринків локальних, регіональних формує національний ринок насіння олійних культур, який є складовою частиною загального світового ринку насіння.

Економічна сутність ринку насіння олійних культур розкривається шляхом визначення його основних функцій:

- розвиток наукової складової у сфері насінництва та впровадження новітніх досягнень у виробництво;
- формування ефективного конкурентного середовища;
- забезпечення суб'єктів вихідним матеріалом (насінням) для виробництва товарної продукції через встановлення оптимальних пропорцій попиту та пропозиції;
- ціноутворення;

- узгодження інтересів всіх суб'єктів ринку насіння олійних культур;
- державний контроль за використанням сортів рослин олійних культур.

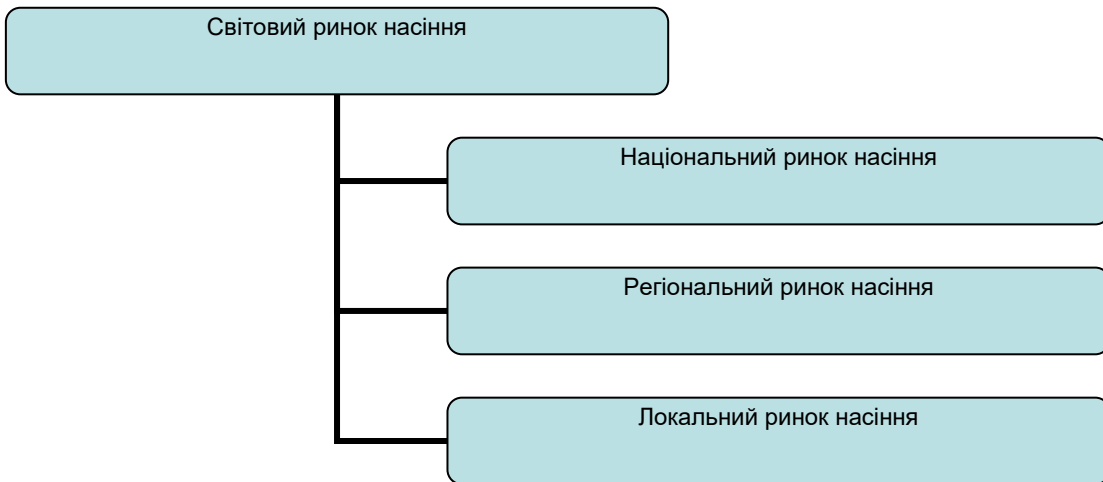


Рис. 1. Структура ринку насіння

Джерело: розроблено автором

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 [14, с. 7]. Ринок насіння олійних культур є складовою частиною внутрішнього ринку продовольства і сировини та виражає економічні відносини, що складаються, з одного боку, між оригінаторами (селекційними установами) цієї продукції, а з іншого боку – торговими представниками, виробниками товарного насіння (рис. 2). До оригінаторів відносяться компанії та організації, що є заявниками та власниками сортів і гібридів насіння у Державному реєстрі рослин, придатних до поширення в Україні. Виробники насіння – це суб'єкти насінництва – господарства, установи, компанії, що вирощують насіннєвий матеріал з метою його подальшої реалізації, які занесені до Державного реєстру виробників насіння. Посередниками є дистриб'ютори великих іноземних насіннєвих корпорацій, вітчизняних селекційних установ. Сірі виробники, що виробляють або продають фальсифікований (підроблений) товар, або без документів, що підтверджують якість насіння. ДП «Центр сертифікації», що прийшов на заміну Державній насіннєвій інспекції та відповідає за апробацію, підготовку на наявність до потреби насіння в кожному регіоні країни. Насіннєвий фонд України забезпечує наявність резервів насіння.



Рис. 2. Суб'єкти ринку насіння олійних культур України

Джерело: розроблено автором

Формат ринку насіння олійних культур різноманітний та багатовекторний. У його середовищі створюється і розвивається система економічних відносин між виробниками, посередниками, переробниками, споживачами, державою, формуються виробничі та економічні зв'язки, органічно поєднується аграрне виробництво й інші галузі національної економіки. Зокрема, оліє жирова

переробна галузь, що споживає сировинні ресурси ринку насіння олійних культур, транспортна галузь, підприємства з переробки аграрної продукції й мережі торгівлі, які доводять насіннєву продукцію до споживача, лише через акт купівлі-продажу набуваючи форму товару. Встановлено, що умовами ефективного функціонування ринку насіння олійних культур є наявність: значної кількості оригінаторів насіння задля забезпечення конкурентного середовища; сертифікованих виробників насіння; платоспроможного споживача; дієвих органів сертифікації, лабораторного супроводу та арбітражу, місця проведення обмінних операцій; досконалої конкуренції та нормативно-правового забезпечення з регулювання відносин. На ринку насіння олійних культур обіг насіння відбувається наступним чином (рис. 3).

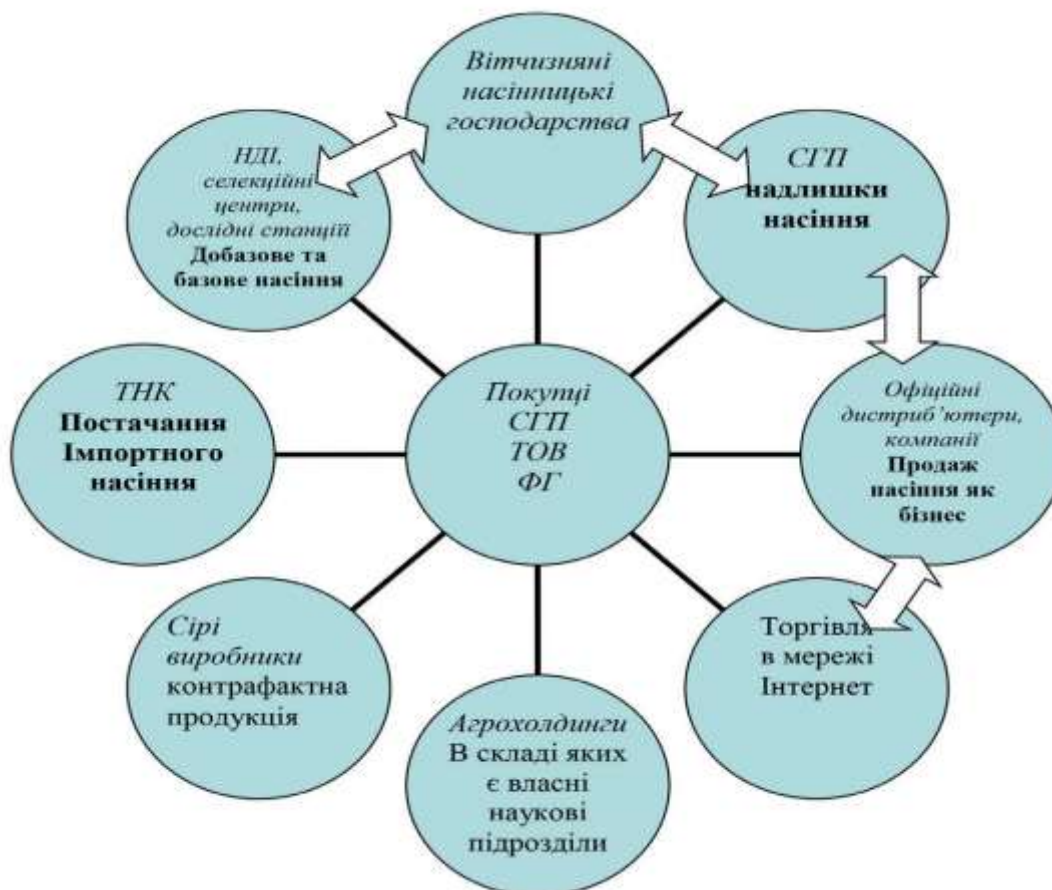


Рис. 3. Ринок насіння олійних культур в Україні

Джерело: розроблено автором

Основний вітчизняний науковий потенціал в сфері селекції і насінництва зараз зосереджений в державних науково-дослідних інститутах, селекційних центрах, дослідних станціях мережі НААН, вузах тощо. Проблема фінансового забезпечення цих суб'єктів надзвичайно гостра. У ринкових умовах значно змінилися завдання та функції цих установ. Сьогодні вони повинні самостійно здійснювати ефективне управління інтелектуальною власністю та сортами рослин, забезпечуючи їх максимальну комерціалізацію. Навіть отримавши хороший сорт, вітчизняні селекціонери не завжди мають можливість налагодити його насінництво і ефективно використовувати сортовий потенціал. Так, усього 20 % сортів і гібридів насіння олійних культур вітчизняної селекції, які офіційно зареєстровані в Державному реєстрі сортів, придатних до поширення в Україні, впроваджуються у виробництво.

Державне регулювання виробництва й реалізації насіння передбачає раціональне розміщення посівів по природно-економічних зонах України та усунення диспропорцій у виробничій та ринковій інфраструктурі.

Найбільшою проблемою, яка потребує пильної уваги при оцінці існуючих можливостей розвитку вітчизняного сегменту на ринку насіння олійних культур є організація маркетингу, від якого залежить можливість реалізації насіння соняшнику, сої, ріпаку. Тому при розробленні маркетингових стратегій вітчизняні виробники насіння олійних культур повинні приділяти велику увагу системі маркетингових комунікацій для збільшення інформованості потенційних споживачів і перетворення їх у реальних споживачів через вплив інформаційно-комунікаційних каналів.

Ринок насіння олійних культур має низку специфічних рис, які вирізняють його від інших. Основні серед них: насіння є продуктом стратегічного значення, наявність якого визначає економічну і продовольчу безпеку аграрного сектору країни; певний обсяг насіння обов'язково залишається у розпорядженні насінневих господарств для створення насінневого фонду і резерву, тобто не весь обсяг виробленого насіння надходить в сферу товарного обігу; пропозиція насіння залежить від фактора погодних умов, які впливають на якість виробленого насіння по роках; стійкий і рівномірний попит на насіння олійних культур потребує створення запасів і страхових фондів високих репродукцій, а у випадку селекційних установ – колекцій і зразків; незбалансованість показників між обсягами виробництва та споживання насіння в різних регіонах країни, доповнена локальним характером у виробництві окремих видів олійних культур обумовлюють об'єктивну необхідність перевезень насіння; можливість виробництва насіння в кожному регіоні країни забезпечує порівняно високу конкурентоспроможність серед суб'єктів ринку насіння; структура попиту визначається існуючими в регіоні традиціями харчування, рівнем розвитку тваринництва, наявністю олієпереробних підприємств; рівень розвитку міжрегіональних зв'язків суттєво залежить від географічного розташування регіону по відношенню до основних олієпереробних регіонів і наявності транспортних шляхів сполучення; малоеластичний попит на олію, шрот, товарне насіння обумовлює відносно постійний попит на насіння гібридів і сортів соняшнику, сої, ріпаку; значна частина споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. Ринок насіння займає особливе місце в системі аграрних ринків, який характеризується масштабністю і високою насиченістю складових. Вагомість для аграрного сектору країни визначається незамінністю насіння соняшнику, сої, ріпаку для функціонування ринку олійних культур та олійно-жирового комплексу країни. Ринок насіння олійних культур – система економічних відносин, які виникають між його суб'єктами в процесі створення, виробництва, підготовки, сертифікації, купівлі-продажу насіння сортів, гібридів олійних культур, за умов вільної конкуренції, вільного вибору напрямків реалізації і кооперації, а також державного контролю за якістю і зберіганням продукції. Ринок насіння олійних культур характеризується пропозицією насіння з боку оригінаторів і виробників насіння, і попитом на насіння з боку виробників товарного насіння олійних культур, які виступають у ролі покупців насіння.

Література

1. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Інститути та інституції у розвитку аграрної сфери економіки. *Економіка АПК*. 2011. № 7. С. 169-176.
2. Єщенко П. С. До інновацій та стратегічних пріоритетів шляхом об'єднання «невидимої» та «видимої» руки. *Економіка України*. 2016. № 5 (654). С. 3-7.
3. Коваленко Ю. С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні. *Економіка АПК*. 2004. № 3. С. 19-29.
4. Левківська Л. М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку. *Вісн. Львів. Держ. Аграр. Ун-ту: Економіка АПК*. 2002. № 9. С. 415-420.
5. Дудар В. Т. Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції. *Вісник Тернопільського державного економічного університету*. 2006. Вип. 2. С. 129-136.
6. Радаев В. В. Как организуется рыночное взаимодействие. Москва: Высшая школа экономики, 2010. 60 с.
7. Фадеев Л. В. Продавать или перерабатывать? *AgroOne*. 2016. № 7 (9). С. 20-24.
8. Захарчук О. В. Формування та розвиток ринку сортів рослин (теорія, методологія та практика): дисертація на здоб. наук. ступ. д.е.н. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2009. 486 с.
9. Захарчук О. В. Економіка насінництва: моногр. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2015. 272 с.
10. Коноплицький В., Філіна Г. Це – бізнес: Тлумачний словник економічних термінів. Київ: МСП "Альтерпрес", 1996. 448 с.
11. Мочерний С. В. Економічна теорія: посібник. Київ: Вид. центр «Академія», 2003. 656 с.
12. Makro i mikroekonomia: podstawowe problem / pod red. naukowa St. Marciniaka. Warszawa. 2002. 595 s.
13. Семьюелсон П. А., Нордгауз В. Д. Мікроекономіка / пер. з англ. за ред. С. Панчишина. Київ: Основи, 1998. 676 с.
14. Мазаракі А. А., Лагутін В. Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням. *Економіка України*. 2016. № 4 (653). С. 4-19.
15. Калетнік М. Г. Біопаливо. Продовольча, енергетична та екологічна безпека України: монографія. Київ: «Хай-Тек Прес», 2010. 516 с.
16. Атамась Г. П. Теоретико-методологічні основи розвитку регіонального овочового ринку. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони»*. Серія Економіка та підприємництво. Запоріжжя: ЗІДМУ, 2006. № 6. С. 23-25.

References

1. Malik, M.Y. and Shpykuliak, O.H. (2011), "Institutes and institutions in the development of the agrarian sector of the economy", *Ekonomika APK*, no. 7, pp.169-176.
2. Yeshchenko, P.S. (2016), "To innovation and strategic priorities by combining the "invisible" and "visible" hands", *Ekonomika Ukrainy*, no. 5 (654), pp. 3-7.
3. Kovalenko, Yu.S. (2004), "Scientific principles and main tendencies of formation of the agrarian market in Ukraine", *Ekonomika APK*, no. 3, pp. 19-29.
4. Levkivska, L.M. (2002), "Theoretical principles of formation of the infrastructure of the agrarian market", *Visn. Lviv. Derzh. Ahrar. Un-tu: Ekonomika APK*, no. 9, pp. 415-420.
5. Dudar, V.T. (2006), "Organizational and economic principles of formation of the agrarian market of competitive products", *Visnyk Ternopilskoho derzhavnoho ekonomichnoho universytetu*, iss. 2, pp. 129-136.
6. Radayev, V.V. (2010), *Kak organizuyetsya rynochnoye vzaimodeystviye* [How is the market interaction organized?], *Vyssshaya shkola ekonomiki*, Moscow, Russia, 60 p.
7. Fadeyev, L.V. (2016), "Sell or process?", *AgroOne*, no. 7 (9), pp. 20-24.
8. Zakharchuk, O.V. (2009), "Formation and development of the market of varieties of plants (theory, methodology and practice)", Dissertation for Dr. Sc. (Econ), NNTs "IAE", Kyiv, Ukraine, 486 p.
9. Zakharchuk, O.V. (2015), *Ekonomika nasinnytstva* [Seed production economy], monograph, NNTs "IAE", Kyiv, Ukraine, 272 p.
10. Konoplytskyi, V. and Filina, H. (1996), *Tse – biznes: Tlumachnyi slovnyk ekonomichnykh terminiv* [This is a business: An explanatory dictionary of economic terms], MSP "Alterpres", Kyiv, Ukraine, 448 p.
11. Mochernyi, S.V. (2003), *Economichna teoriia* [Economic theory], tutorial, Vyd. tsentr "Academia", Kyiv, Ukraine, 656 p.
12. Marciniak, St. (ed.), (2002), *Macro and microeconomia: podstawowe problemy wspolczesnosci*. Warszawa, Poland, 595 p.
13. Samuelson, P.A., and Nordhaus, W.D. (1998), *Mikroekonomika* [Microeconomics], trans. from English S. Panchyshyna, Fundamentals, Kyiv, Ukraine, 676 p.
14. Mazaraki, A.A. and Lagutin, V.D. (2016), "Domestic market of Ukraine in the conditions of imbalances between production and consumption", *Ekonomika Ukrainy*, no. 4 (653), pp. 4-19.
15. Kaletnik, M.H. (2010), *Biopalivo. Prodovolcha, enerhetychna ta ekolohichna bezpeka Ukrainy* [Biofuels. Food, Energy and Ecological Safety of Ukraine], monograph, High-Tech Press, Kyiv, Ukraine, 516 p.
16. Atamas, H.P. (2006), "Theoretical and methodological bases of development of regional vegetable market", *Naukovo-vyrobnychyy zhurnal «Derzhava ta rehiony». Seriya Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, Zaporizhzhia: ZIDMU, no. 6, pp. 23-25.

Стаття надійшла до редакції 18.05.2018 р.

Рецензент: д.е.н., професор Миколаївського національного аграрного університету В.В. Клочан