

**ПРИНЦИПИ ВИЗНАЧЕННЯ МЕЖ ЛОКАЛЬНИХ РИНКІВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Розглянуто принципи формування меж локальних ринків сільськогосподарської продукції з урахуванням соціально-інституційних характеристик заданого економічного простору. Встановлено, що гнучкість меж локального ринку визначається зміною щільності представлення попиту чи пропозиції, розвиненістю ринкової інфраструктури в межах територіального ареалу, а також наявністю певного соціального капіталу у ринкових агентів. Обґрунтовано гіпотезу про те, що утворення локального ринку може бути результатом інтеграції для об'єднання окремих ринкових угод в одному місці або дезінтеграції ринкового простору внаслідок застосування бар'єрів інституційного характеру. Визначені напрями реалізації заходів державної політики, що оптимізують процес формування локальних ринків сільськогосподарської продукції у контексті подолання монополізму та забезпечення конкурентного середовища.

Ключові слова: локальний ринок, інституціоналізація відносин, сепарація економічного простору, інтеграція угод, ринкова інфраструктура, гнучкість територіальних меж.

Постановка проблеми

Ринки як форма організації товарного обміну забезпечують одну з фаз процесу суспільного відтворення. Середовищем, в якому реалізуються конкретні,

а не абстрактні ринкові угоди, виступають локальні ринки. Важливість локальних ринків сільськогосподарської продукції проявляється у їх функції встановлення рівноважних цін. Адже саме ціни реальних ринкових угод визначають доходи товаровиробників та добробут споживачів сільськогосподарської продукції. Останнє зумовлює необхідність глибокого аналізу принципів локалізації ринкового простору, міри суспільної ефективності цього процесу та визначає актуальність теми даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наукові дослідження в теорії просторової економіки беруть свій початок з концепції сільськогосподарського штандорта Й. Тюнена (1826 р.), що фокусується на виробленні принципів оптимального розміщення виробництва відносно визначеного місця продажу [1]. Функціонування просторово автономних ринків та формування на них однорідних цін стає предметом уваги дослідників, починаючи з О. Курно [2]. Сучасні дослідження територіальних господарських систем у руслі локалізації економічного простору належать У. Айзарду [3], Х. Боссу [4], Я. Гамільтону [5], М. Біркіну, Ф. Фоулджеру [6], які відзначаються врахуванням потенціалів ринків, встановленням їх ієрархії та виявленням факторів, що можуть ускладнювати проникнення на відповідні ринки. Проблеми формування та розвитку ринків на регіональному рівні висвітлюють у своїх дослідженнях українські і російські вчені: М. Долишний [7], С. Булига [8], А. Новоселов [9], В. Радаєв [10], Г. Цветкова [11]. Незважаючи на достатньо широке представлення зазначеної проблематики у наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених, залишаються невивченими такі питання, як причини формування автономних ринкових ареалів, зокрема, у сфері реалізації сільськогосподарської продукції. Вирішення зазначеної проблеми лежить у площині дослідження інституційних чинників.

Мета, завдання та методика досліджень

Метою даної статті є висвітлення принципів формування локальних ринків сільськогосподарської продукції з урахуванням соціально-інституційних характеристик заданого економічного простору. Досягненню зазначеної мети сприяє розв'язання таких завдань: розгляд ринків сільськогосподарської продукції як локалізованого середовища, де реалізуються конкретні угоди з визначеною продукцією, дослідження соціально-економічної природи меж, які визначають ареал локалізації покупців і продавців сільськогосподарської продукції, а також причини, що зумовлюють встановлення центрального пункту локального ринку як місця безпосереднього укладання угод. Методика дослідження ґрунтується на комплексному вивченні фахових публікацій теоретичного та прикладного характеру, присвячених проблемам функціонування локальних ринків, а також на аналізі нормативних актів, що дозволяють диференціювати предмет ринкових угод.

Результати досліджень

Як зазначалося вище, питання формування та функціонування локальних ринків знайшли відображення в багатьох дослідженнях. Проаналізувавши їх, є підстави вважати, що різні учені мають власні підходи до розуміння локального ринку, виходячи з цілей своїх досліджень. Отже, словосполучення «локальний ринок» не можна вважати загальною економічною категорією, а лише терміном, що позначає деяке поняття.

Виходячи із завдань нашого дослідження, локальним ринком сільськогосподарської продукції будемо вважати обмежений у деякій формі економічний простір, де локалізуються покупці і продавці певного виду сільськогосподарської продукції; вони шукають контрагентів у межах даного простору і орієнтуються на єдину ціну за одиницю однорідної продукції. У межах заданого економічного простору (ареалу) може існувати деякий центральний пункт (точка) як визначене місце укладання угод. Допустиме також визначення локального ринку і без встановлення центрального пункту, якщо укладання угод можливе у довільній точці ареалу. Але обов'язковою умовою виділення локального ринку є тяжіння цін угод до деякого рівноважного ринкового орієнтуру, причому, диференціація цін угод обумовлюється неоднорідністю продукції.

Задавшись питанням про причини формування відносно відокремлених (автономних) ринкових ареалів, ми, передусім, маємо розділити цю проблему на дві частини. Спочатку треба встановити, як формується центральний пункт ринкових угод. І першим можливим поясненням стає факт історичного збігу, домовленості та подальшого еволюційного розвитку процесу.

Дійсно, для утворення ринку як територіально закріпленого місця укладання угод купівлі-продажу необхідна координація рішень багатьох суб'єктів економічних відносин. В межах неінституційної теорії існує напрямок досліджень, який розкриває еволюцію тих чи інших правил (інститутів), що визначають економічну поведінку людини. Проблема координації – це проблема вибору дій, що призводять до однієї і тієї ж рівноваги з декількох потенційно можливих [12]. У статті «Економіка згоди» [13] П. Янг на прикладі формування правила правостороннього руху автомобілів показує, як з початкового сприятливого збігу обставин сформувалося це практично всевітнє правило. Чим більше країн континентальної Європи переходили на це правило (починаючи з Декрету часів Великої Французької революції та захоплення європейських країн Наполеоном і закінчуючи 1967 р., коли до цього правила останньою долучилася Швеція), тим вигідніше було решті перейти на загальний стандарт.

Відповідно до принципу path-dependence (залежність шляху розвитку від попереднього стану), чим більше осіб дотримується певного правила, тим швидше інші перейдуть на це правило. Врешті-решт, воно укоріниться, оскільки в міру розповсюдження єдиного правила зростатимуть витрати тих, хто не дотримується його. При формуванні місця здійснення регулярних ринкових угод (а також при визначенні днів тижня, коли відбуватимуться торги) важливо, аби учасники цих угод скоординували свої рішення та прийшли до певної згоди.

Звичайно, у випадку повторюваних дій між багатьма учасниками може утворитися більш як один стан рівноваги (більш як одне місце укладання ринкових угод). Але якщо в результаті якогось збігу було обрано один такий стан (конкретне місце), учасникам ринкової взаємодії буде зручніше у подальшому відтворювати минулий досвід і знову потрапляти в рівноважну ситуацію (знову укладати ринкові угоди в цьому місці, оскільки в іншому місці немає контрагентів, з якими укладати угоди).

Таким чином, одним із шляхів формування центрального пункту укладання угод локального ринку є еволюційний процес на основі згоди між спочатку розрізненими, а потім скоординованими учасниками ринкових операцій. Спонтанний еволюційний спосіб формування локального ринку розглядає А. Олейник та пов'язує його утворення з існуючими соціальними зв'язками [14]. Такий спосіб можна назвати інтеграційним, оскільки він передбачає об'єднання, акумуляцію окремих ринкових угод в одному місці, з метою забезпечення взаємної вигоди всіх учасників ринку. Відповідно, такий генезис локального ринку варто оцінювати позитивно.

Друга частина завдання вимагає встановлення принципу, що окреслює межі економічного простору, в якому покупці і продавці сільськогосподарської продукції шукають один одного. Серед робіт, в яких розкриваються генетичні фактори локальних ринків, оригінальністю відрізняється стаття А. Ступнікової. Порівняно з іншими вченими, дослідниця досить критично оцінює локальні ринки, зауважуючи на обмеженому характері конкуренції в їх рамках. Локалізація ринків розглядається автором як форма дезінтеграції ринкового простору [15].

Дійсно, розвиток господарських систем характеризується одночасно двома протидіючими тенденціями: глобалізацією та локалізацією ринків. Локалізація ринків базується на критерії мінімізації витрат обігу на відміну від глобалізації, що ґрунтується на критерії мінімізації витрат виробництва одиниці продукції за рахунок ефекту масштабу. Виробник сільськогосподарської продукції вдається до звуження меж укладання угод, оскільки прагне до економії витрат, пов'язаних з пошуком контрагентів, перевіркою їх надійності, сертифікацією продукції, з формуванням достатньої товарної партії, транспортуванням продукції до більш віддаленого місця продажу та орендою торгового місця. Таке свідоме звуження ареалу укладання угод не тільки дозволяє зекономити витрати, але й обмежує конкуренцію за пропоновану продукцію внаслідок недостатньо широко представленого попиту. Угоди, укладені в обмеженому економічному просторі, сприяють монопольній чи моносонічній владі і можуть не забезпечувати справедливої ціни.

Таким чином, окрім критерію мінімізації витрат обігу, існує й інша причина локалізації господарського простору – це прагнення до монопольної влади. Згідно з висловом А. Сміта, інтерес підприємця завжди полягає у розширенні ринку та обмеженні конкуренції. Це і є прагнення до монопольної влади [16]. Як бачимо, локалізація ринків може відбуватися у двох напрямках: зверху донизу, у

формі поділу існуючого, більш масштабного ринку на сегменти шляхом запровадження сепаруючих бар'єрів монопольного характеру, та знизу доверху, шляхом концентрації в межах певної території торговельних угод, здійснюваних розрізненими суб'єктами.

У першому випадку локалізація ринку означає відхід від ефективної конкурентної моделі ринку, посилення монопольної влади продавця, його спроможності формувати ринкову ціну та визначати нецінові умови продажу. Таким чином, продавці створюють можливість для отримання монопольної ренти, перерозподіляючи на свою користь частину надлишку споживача. Сепарація ринків шляхом встановлення бар'єрів для входу на локальний ринок означає зменшення гостроти конкуренції на ньому, погіршення умов задоволення потреб споживачів та зниження конкурентоспроможності продукції.

Стосовно другого випадку, у галузі сільського господарства формування локального ринку переважно означає об'єднання окремих угод, здійснюваних у місцях безпосереднього виробництва продукції, між дрібними продуцентами та посередниками, які мають моносонічну владу. Користуючись неспроможністю виробників самостійно виводити свою продукцію на більш віддалені торговельні майданчики, їх фізичною нездатністю сформувати товарні партії необхідного обсягу, посередники пропонують безальтернативну угоду за зниженою ціною, перерозподіляючи на свою користь частину надлишку виробника і, таким чином, формуючи власну ренту. Вихід самостійних виробників на ринок з конкурентними умовами формування ціни дозволяє їм зберегти свій надлишок виробника та позбавляє посередників ренти.

Негативне ставлення до локальних ринків також висловлюють інші дослідники. Так, вже згаданий А. Олейник зазначає, що локалізація ринку може відбуватися в результаті свідомого обмеження простору економічної діяльності індивідом з метою захистити себе від невизначеності зовнішнього середовища, в т. ч. державних законів. Внаслідок цього формуються так звані мережі, умовою ефективності яких є персоніфікація багатосторонніх стійких відносин [17]. Згідно з дослідженнями А. Олейника, головною причиною локалізації ринку є домінування неформальних персоніфікованих відносин у середовищі, де формальні інститути (такі як державні закони) не виконуються в повній мірі.

Нестійкість і непрозорість правового поля породжує додаткові ризики, непевність прогнозів, а бажання їх уникнути спонукає обмежувати коло економічних контактів. Дезінтеграція та монополізація ринків є проявом мережевої природи економічних відносин. Обмеження на участь у локальних мережах, обумовлені кастовими та етнічними відмінностями або неможливістю встановити особисте знайомство, виступають одним з вирішальних бар'єрів входу в галузь та виходу з неї. Сучасна інституційна теорія, що розглядає «мережеву модель капіталізму», приходять до висновку, що фрагментація єдиного ринкового простору призводить до руйнування єдиного правового простору та дефіциту права, оскільки кожна мережа живе за своїми локальними правилами [14].

Причиною формування локальних ринків, на думку П. Ореховського, є нееквівалентний обмін, коли один з учасників збільшує свій дохід, здобуваючи монопольну владу. Суб'єкт, що може переходити з одного локального ринку до іншого, буде отримувати ренту. При цьому, для локальних ринків властиве утворення «тромбів», тобто інституційної структури, в якій основний приріст доходу привласнюється посередниками між споживачами та виробниками, що, в результаті, провокує інфляцію та уповільнює економічне зростання [17].

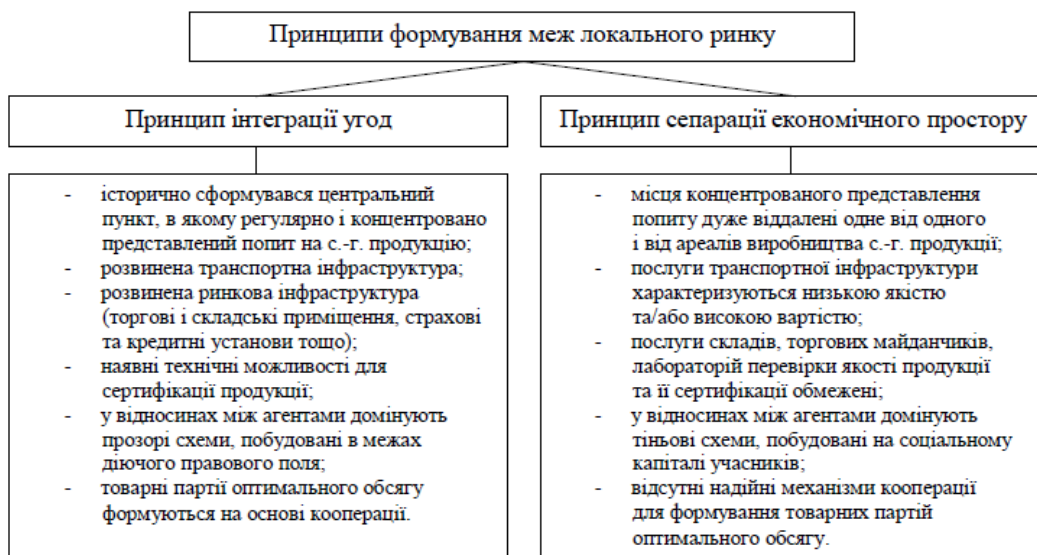


Рис. 1. Умови домінування одного з двох принципів формування меж локального ринку сільськогосподарської продукції

Джерело: власні дослідження

Формування локального ринку, відповідно до принципу сепарації – зверху донизу – означає відхід від умов конкурентного ціноутворення та перехід до ціноутворення монопольного. Протилежний напрямок формування локального ринку, згідно з принципом інтеграції, означає, навпаки, наближення до конкурентного ціноутворення та відхід від монопсонічної моделі. Оптимальна модель локального ринку визначатиметься максимальним наближенням ринкового ціноутворення до моделі досконалої конкуренції. Іншими словами, на локальному ринку, що відповідає оптимальній моделі, має бути зосереджена найбільша кількість самостійних покупців та продавців, з найбільш рівномірним розподілом обсягів угод між ними.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Підводячи підсумки, можемо сказати, що локальний ринок сільськогосподарської продукції як локальний ринок у широкому розумінні, являє собою територіальний ареал з гнучкими межами, в рамках якого: а) зосереджене виробництво та/або споживання сільськогосподарської продукції; б) функціонує сукупність локальних ринків у вузькому розумінні – ринків однорідних товарів та рівних цін; в) виділяється центральний пункт ринку, де концентрується укладання ринкових угод. Соціально-економічні зв'язки між учасниками локального ринку ґрунтуються на принципах територіально-просторової та інституціональної обмеженості. Гнучкість меж локального ринку визначається зміною щільності представлення попиту чи пропозиції, розвиненістю ринкової інфраструктури в межах територіального ареалу, а також наявністю певного соціального капіталу у ринкових агентів.

З точки зору походження, локальний ринок є результатом інституціоналізації господарських відносин. Утворення локального ринку може бути результатом інтеграції, об'єднання окремих ринкових угод в одному місці з метою наближення структури ринку до умов досконалої конкуренції та забезпечення взаємної вигоди всіх учасників ринку. Іншою причиною формування локального ринку може бути дезінтеграція ринкового простору внаслідок застосування бар'єрів інституційного характеру.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка інструментарію для вдосконалення процесу формування локального ринку сільськогосподарської продукції. Це означає: якщо на певній території більшою мірою сконцентроване виробництво продукції, порівняно із споживанням і, відповідно, можливі прояви моносонічної влади (домінування обмеженої кількості покупців, частіше всього – посередників), необхідно створити умови для розширення присутності покупців з інших регіонів (зробити більш доступною логістику, розширити потужності для зберігання виробленої продукції, а також кредитування виробників, з метою «розтягнення» строків її реалізації та зниження моносонічного тиску). Якщо на певній території інтенсивніше представлений попит, то необхідно (за рахунок кращої логістики, руйнування монопольних змов тощо) розширити присутність виробників (продавців) сільськогосподарської продукції.

Література

1. Тюнен И. Изолированное государство / И. Тюнен. – М.: Издательство газеты «Экономическая жизнь», 1926.– 329 с.
2. Блауг М. Курно, Антуан Огюстен / М. Блауг // [100 великих економістів до Кейнса](#). – СПб.: Економікус, 2008. – 352 с. – С. 152–154.
3. Айзард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Айзард: Пер. с англ. / Вступ. ст. и ред. А. Е. Пробста. – М.: Прогресс, 1966. – 643 с.

4. *Босс Х.* Размещение хозяйства: Пер. с англ. / *Х. Босс.* – М.: Прогресс, 1970. – 157 с.
 5. *Hamilton F.J.Z.I., Linge G.J.R.* (eds) *Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment.* – Chichester, 1983. – Vol. 3.
 6. *Birkin M., Foulger F.* Sales Performance and Sales Forecasting Using Spatial Interaction Modeling // Univ. of Leeds. Working Paper. – 1992. – № 21.
 7. *Долишній М.* Концептуальна модель державної регіональної політики України / *М. Долишній, В. Кравців, В. Симоненко.* – Львів: НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2001. – 123 с.
 8. *Булыга С. Н.* Концептуальный анализ локального рыночного пространства / *С.Н. Булыга* [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.eprints.kharkov.ua/421/1/4255431_<Булыга.pdf.
 9. *Новоселов А. С.* Региональные рынки / *А. С. Новоселов.* – М.: ИНФРА-М, 1999. – 477 с.
 10. *Радаев В.* Что такое рынок: экономико-социологический подход / *В.Радаев* // *Экономическая социология.* – 2007. – Т. 8. – № 1. – С. 9-26.
 11. *Цветкова Г. С.* К вопросу о позиционировании локального рынка / *Г.С.Цветкова* // *Вестник ОГУ.* – 2010. – № 8 (114). – С. 148-153.
 12. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.econline.edu.ru/textbook/Glava_2_Ekonomi4esko/2_4_Normy_i_pravil/Pravila_koordinacii
 13. *Young, P.* Economics of Convention / *P. Young* // *Journal of Economic Perspectives,* 1996, vol.10. – P. 15-122. <http://www.cs.man.ac.uk/~jls/young.pdf>
 14. *Олейник А.* Модель сетевого капитализма / *А. Олейник* // *Вопросы экономики.* – 2003. – № 8. – С. 132-149.
 15. *Ступникова А. В.* Теоретические аспекты формирования и функционирования локальных рынков / *А.В. Ступникова* // *Проблемы современной экономики.* – 2013– № 2 (46). – С. 70–72.
 16. *Смит, А.* Исследование о природе и причинах богатства народов / *А. Смит.* – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
 17. *Ореховский, П.* Неэквивалентный обмен и свойства пространства в экономической теории / *П. Ореховский* // *Вопросы экономики.* – 2010. – № 3. – С. 90–112.
-