

*Усманов Д. И., аспирант, ассистент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

us.dali@mail.ru

В статье обосновывается актуальность, и значимость механизма формирования и развития продовольственного рынка представленного как взаимодействие объективно действующих факторов, явлений и процессов в сфере производства, распределения, обмена и потребления продовольственных товаров. На основании сравнительного анализа выделены схожие и отличительные особенности понятий продовольственный и аграрный рынок. В результате предложена схема взаимодействия субъектов продовольственного рынка и институтов различных типов.

Ключевые слова: группы факторов, классификация институтов, институты, механизмы продовольственного рынка, потенциал рынка, объем рынка.

Проблема обеспечения населения продовольствием — это главная и стратегическая задача для любого государства. В Российской Федерации эта проблема на сегодняшний день носит острый характер, так как вследствие снижения продовольственного потенциала агропромышленного комплекса наблюдается резкий спад производства продукции сельского хозяйства. Причем недостаточное производство сельскохозяйственной продукции привело к тому, что импортная сельскохозяйственная продукция постепенно вытеснила отечественную продукцию с рынка, что привело к росту цен и дефициту качественной продукции. И это при всем при том, что механизмы торговли в рамках ВТО ещё не начали функционировать в полном объеме. Поэтому для удовлетворения потребностей населения в продуктах питания необходимо формирование продовольственного рынка, основанного на законах рыночной экономики, где продуманы институциональные, экономические и правовые нормы взаимовыгодного и справедливого сотрудничества. Эта задача требует решения ряда проблем теоретического и практического характера.

Механизм формирования и функционирования продовольственного рынка представляется как взаимодействие объективно действующих факторов, явлений и процессов в сфере производства, распределения, обмена и потребления продовольственных товаров. Функционирование данного рынка определяется соотношением потребностей населения, внутренних производственных возможностей и развитостью межтерриториальных связей. Учет всех этих факторов — сложная, но необходимая задача исследования данной проблемы.

Проблемы формирования продовольственного рынка исследовались такими учеными, как Лингарт К., Янда К., Вялых О. В., Гуров В. В., Суслов А. И., Сергеев В. В., Ключаков В. А., Зинчук Г. М., Черданцев П. В., Власова М. К., Ов-

чинникова И. А. и другими. Но общая концепция, определяющая закономерности формирования продовольственного рынка, до конца не сформирована. Все это определяет актуальность исследования данной проблемы [7].

Поскольку продовольственный рынок является основной частью аграрного, то общий механизм их построения будет по многим направлениям совпадать. Однако есть и свои отличия.

Лингарт К., Янда К. к таким отличиям относят постоянство функционирования, обусловленное потребностью людей в пище, сезонностью производства и потребления, способностью заменить другие рыночные системы [2].

Для формирования рыночных отношений в аграрном секторе необходимо учесть не только внутреннюю специфику продовольственного рынка, но и внешние факторы, непосредственно влияющие на формирование аграрного рынка.

К первой группе этих факторов можно отнести источники экономического роста: количество и качество природных и трудовых ресурсов; наличие финансовых ресурсов, обеспечивающих вовлечение в производство ресурсов, как природных, так и трудовых; наличие высоких технологий, технологичности производства. Эти факторы, по определению К. Макконнелла и С. Брю, есть не что иное, как факторы предложения, делающие возможным рост производства товарной продукции [3].

Для измерения предложения на продовольственном рынке необходима оценка производственного потенциала рынка, который дает характеристику возможности производителей предоставить на рынок определенный объем продукции. Вялых О.В., Гуров В.В. предлагают использовать следующую формулу для расчета рыночного предложения: [1]

$$Q = \sum (N_i * W_i * D_i * R_i * E_p) - B - C,$$

где Q – производственный потенциал рынка, то есть объем товара, который может быть произведен и предложен рынку в течение определен-

ного периода; N – предприятие или группа предприятий, производящих данный товар (продукт); W – производственная мощность предприятия или средняя мощность предприятий по группе; D – степень загрузки производственных мощностей; R – степень обеспечения предприятий ресурсами, необходимыми для реализации производственной программы; E_p – эластичность предложения от цен на сырье и готовую продукцию; B – внутреннее производственное потребление готовой продукции (по нормативам); C – часть продукции, которую будут производить конкуренты; m – число i -тых производственных предприятий.

Однако предложение – лишь одна из составляющих рыночных отношений на продовольственном рынке. Ко второй группе относятся факторы, влияющие на формирование спроса.

Под спросом понимается предъявленная на рынке потребность, обеспеченная деньгами. При этом спрос необходимо отличать от объема спроса, представляющего собой количество потребляемого товара. Объем спроса зависит от таких факторов, как цена, количество потребителей, структура потребностей, уровень дохода потребителей.

Таким образом, производственному потенциалу товарного предложения противостоит потребительский потенциал, который проявляется в возможности рынка приобрести (употребить) определенное количество продуктов и услуг. Потребительский потенциал характеризуется показателями емкости рынка. Вялых О.В., Гуров В.В. предложили следующую формулу для расчета потребительского потенциала:

$$V = \sum (S_i * k * \varepsilon_k) + P_c - (H - \text{Иф} - \text{Им}) - A - C,$$

где V – емкость рынка (количество или стоимость сырья или готовой продукции, которые могут быть куплены в определенном периоде); S_i – численность i -той группы потребителей; k – уровень потребления в базисном периоде или норматив потребления i -ой группы потребителей; ε_k – коэффициент эластичности спроса от цен и доходов; P_c – объем нормальных страховых резервов товара; H – насыщенность рынка, то есть объем товаров, имеющихся в организациях-потребителях и домашних хозяйствах населения; Иф – физический износ товаров; Им – моральный износ товаров; A – альтернативные региональному рынку формы удовлетворения потребления (в частности, натуральные источники потребления, черный рынок и пр.), а также потребление товаров-заменителей; C – доля конкурентов на рынке.

Раскрывая содержание факторов, влияющих на спрос и предложение, необходимо отметить, что при формировании рынка необходимо

использовать экономические методы хозяйствования. В рамках этого необходимо обеспечить возможность широкого использования товарно-денежных отношений между производителями и потребителями, предоставить субъектам рынка большую самостоятельность в решении вопросов хозяйствования, в распоряжении собственными доходами, в вопросах ценообразования. Важно также правовое обеспечение самостоятельности субъектов хозяйствования при установлении производственно-экономических взаимосвязей и заключения сделок. Для развития рынка необходимо обеспечить соответствующей инфраструктуры, начиная от сбалансированного денежного обращения и заканчивая системой информации о состоянии рынка.

Третьей группой факторов, оказывающих влияние на формирование продовольственного рынка, являются факторы, обусловленные взаимодействием предложения и спроса. Для того чтобы осуществлять управление спросом, необходимы процедуры, обеспечивающие производство товара с заданными свойствами, формирование цены реализации, включая розничной и оптовой, текущей и скользящей; методы распространения информации о товаре и самого товара; методы стимулирования как товаропроизводителей, так и потребителей товара.

Четвертой группой факторов можно считать методы прямого воздействия органов государственного (федерального и территориального) управления, т.е. действия правительства, технологию, независимые средства маркетинговой информации. Сюда же можно отнести уровень конкуренции как среди производителей, так и среди потребителей. Уровень конкуренции определяется не только количеством, но и рыночной долей, т.е. уровнем концентрации производителей и потребителей.

К пятой группе можно отнести факторы распределения ресурсов, обеспечивающие их вовлечение в экономический оборот.

Шестой группой можно назвать факторы косвенного воздействия, а именно: социальная, политическая и культурная атмосфера в стране и регионах. Далекое не на последнем месте по значимости находится социально-психологическая подготовка населения, изменение уровня общественного сознания, соответствующего рыночным условиям хозяйствования.

Самым распространенным подходом к формированию продовольственных рынков является институциональный подход [4, 5]. А.В. Сидорович подразумевает под институциональной структурой продовольственного рынка совокупность институтов (институциональных форм) продовольственного рынка, деятельность

которых направлена на его эффективное функционирование, снижение транзакционных издержек, повышение конкурентоспособности региона.

Классификация институтов регионального продовольственного рынка по уровню иерархии и их взаимодействие с субъектами продовольственного рынка (производители, посредники, потребители) представлена на рис. 1.



Рис. 1. Взаимодействие институтов регионального продовольственного рынка

Таким образом, на схеме представлено взаимодействие субъектов продовольственного рынка и институтов различных типов: тех, которые представляют собой институциональные соглашения, и тех, которые являются составляющими институциональной среды. На продовольственном рынке заключаются формальные и неформальные контракты — добровольно установленные экономическими агентами правила обмена. В рамках, определяемых институциональной средой, предпочтения и интересы индивидов играют решающую роль в создании контрактов. Институциональные соглашения влияют друг на друга: поведение организаций на продовольственном рынке влияет на его характер (и наоборот).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вялых О.В., Гуров В.В. Оценка производственного и потребительского потенциалов продовольственного рынка // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2008. №3. С. 25-30.

2. Лингарт К., Янда К. Рыночные отношения и обеспечение продовольствием // АПК: Экономика, управление. 2007. № 2. С. 70-73.

3. Макконнелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник / Р. Макконнелл, С. Брю, М. Флинн; пер. с англ. - 18-е изд. - М.: Инфра-М, 2011. - 1040 с.

4. Суслов А. И., Сергеев В. В., Клюкач В. А. Организация продовольственных оптовых рынков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2007. № 10. С. 2-8.

5. Мазеина Е.А. Теоретические основы формирования продовольственных рынков // Экономика, предпринимательство и право. — 2011. — № 2 (2). — с. 55-64.

6. Институциональные аспекты экономических реформ в России. Монография. — 2-е изд., доп. и перераб. — М.: Высш. шк., 2000. — 144 с.

7. Экономико-географические и институциональные аспекты экономического роста в регионах / Консорциум по вопр. приклад. экон. исслед., Канадское агентство по международ. развитию [и др.]; [О. Луговой и др.]. — М.: ИЭПП, 2007. — 164 с.