

**РЕГУЛИРОВАНИЕ АГРАРНЫХ РЫНКОВ РЕГИОНА**

**Ключевые слова:** оптимальный рынок, регион, регулирование, рынок сельскохозяйственной продукции, рыночный механизм, стадии общественного производства.

**Аннотация.** Проведен анализ системы сельскохозяйственных рынков Нижегородской области. Выявлены элементы регулирования сельскохозяйственных рынков региона и их инфраструктуры. Предложена оптимальная модель регионального сельскохозяйственного рынка. Рассмотрены некоторые формы регулирования системы сельскохозяйственных рынков региона.

Эффективная система управления предполагает организацию функционирования и развития объекта управления, исходя из оптимального использования ресурсов, достижения целей и создания рациональной системы субъекта управления. Как отмечает И. Г. Ушачев: «В аграрном секторе вопрос собственности до сих пор заслоняет собой куда более актуальные и важные вопросы организации управления АПК в условиях рыночной экономики. Скорейшая приватизация, акционирование сельскохозяйственных и агропромышленных предприятий рассматривались как самоцель, достижение которой автоматически, без адекватного реформирования организационно-экономической системы управления АПК, сделает наше агропромышленное производство высокоэффективным» [4, с. 3]. Проблеме регулирования аграрных рынков посвящена работа Агирбова Ю. И. [1], где дан анализ состояния и перспектив развития рынков сельскохозяйственной продукции в странах Европейского союза и России. В исследовании Е. Серовой [3] рассмотрены проблемы формирования российских агропродовольственных рынков. В то же время проблемы регулирования аграрных рынков региона еще недостаточно изучены. В настоящее время вопросам организации сельскохозяйственного производства государство уделяет все возрастающее внимание. Как отмечается в проекте Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы, за период реализации приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса» и Госу-

дарственной программы был обеспечен рост продукции сельского хозяйства и производства пищевых продуктов. В 2006 – 2011 годы (оценка) среднегодовые темпы прироста продукции сельского хозяйства, несмотря на неблагоприятный 2010 г., составили 3,2 %, пищевых продуктов, включая напитки, и табака – 4,1 %. По сравнению с предыдущим пятилетием валовой сбор зерна вырос на 8 %, подсолнечника – 40 %, сахарной свеклы – 46 %, прирост производства скота и птицы в 2010 г. к 2006 г. достиг 30 %, в том числе мяса свиней – 35,6 %, мяса птицы – 69,9 %.

Вместе с тем сохраняется ряд проблем развития. В их числе – ограниченный доступ сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынку в условиях несовершенства его инфраструктуры, возрастающей монополизации торговых сетей, слабого развития кооперации в сфере производства и реализации сельскохозяйственной продукции. Эта проблема является актуальной и требует создания новых систем управления.

Аграрный рынок – сложная взаимосвязанная система, имеющая разные определения и классификацию. В. А. Добрынин считает: «Сельскохозяйственный рынок – это экономическая категория, состоящая из совокупности обменных операций между сельскохозяйственными производителями, а также между сельским хозяйством и промышленностью [2, с. 118]. Н. А. Попов выделяет: сельскохозяйственные рынки; рынок материально-технических ресурсов для сельского хозяйства; рынок сферы услуг; рынок сферы торговли [5, с. 32]. Мы рассматриваем систему рынков АПК, используя стадии общественного производства. Рыночная модель АПК по сравнению с отраслевой имеет преимущество: она позволяет анализировать механизм согласования спроса и предложения.

Известно, что процесс общественного производства состоит из ряда взаимосвязанных стадий: производство, распределение, обмен и потребление. Стадия потребления присутствует в той или иной форме в каждой из предыдущих стадий (рынок на любой стадии состоит из производителей и потребителей продукции, услуг), поэтому при анализе рынков ее можно не учитывать. Следовательно, конечная эффективность данного процесса:

$$\mathcal{E}_k = \mathcal{E}_п + \mathcal{E}_р + \mathcal{E}_о, \quad (1)$$

где  $\mathcal{E}_k$  – конечная эффективность процесса общественного производства;  $\mathcal{E}_п$  – эффективность производства;  $\mathcal{E}_р$  – эффективность распределения;  $\mathcal{E}_о$  – эффективность обмена.

Целью производства является удовлетворение спроса. Производить надо в таком объеме и то, что будет реализовано. Производитель

должен занимать активную позицию, удовлетворяя скрытый спрос потребителя, формируя его предпочтения, то есть управляя поведением покупателя. Производство должно быть рентабельным. Следовательно, производитель должен управлять производством, добиваясь его эффективности. Под распределением понимается не только распределение произведенных товаров и услуг. Это и распределение факторов производства. Следовательно, распределение осуществляет связь между стадиями производства и обмена и обеспечивает ресурсами стадию производства. Эффективность распределения характеризуется своевременностью предоставления ресурсов и товаров в производство и обмен с минимальными затратами. Это требует создания логистических структур и организации их работы. Обмен так же производителем, как и производство, потому что способствует перемещению общественных благ от производителя к потребителю. Часто производителю экономически невыгодно заниматься распределением и продажей своей продукции. Этим занимаются другие экономические агенты, эффективность деятельности которых зависит от степени удовлетворения нужд, потребностей покупателей и уменьшения затрат. Рынок – эффективный механизм саморегулирования процессов общественного производства. Государство является важнейшим производителем и потребителем различных благ. Кроме того, одной из функций государства является распределение общественных благ между различными слоями населения.

Инфраструктура представляет услуги, создающие условия для эффективного функционирования основных рынков АПК. Например, инженерная, социальная (образование, культура, здравоохранение, социальное обеспечение, физкультура и спорт) и т. д.

Основными покупателями на рынках сельскохозяйственной продукции являются перерабатывающие предприятия, население (при продаже продукции без посредников), государство, организации социальной сферы (школы, детские сады и т. д.). Основные производители – сельскохозяйственные организации различных укладов и форм собственности. Основными покупателями на рынках продукции переработки сельскохозяйственного сырья являются оптовые коммерческие торговые предприятия, производителями – перерабатывающие сельскохозяйственные предприятия различных форм собственности.

Основными потребителями на рынках средств производства являются сельскохозяйственные организации различных форм собственности и укладов, перерабатывающие предприятия. Основными производителями товаров и услуг являются предприятия сельского машиностроения, строительные организации, учебные заведения, предприятия

по производству различных видов топлива, электроэнергии и т. д. Основными потребителями на рынках оптовой продажи сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия являются розничные магазины.

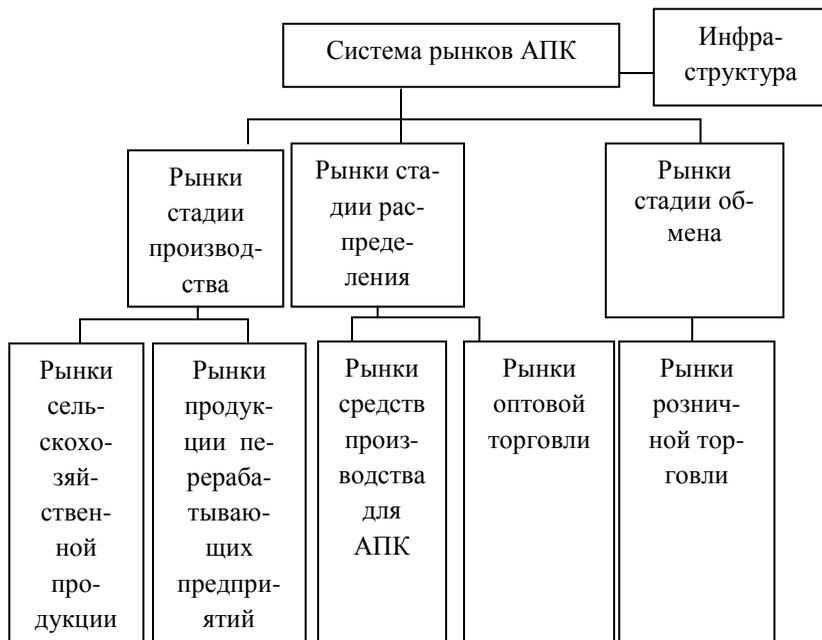


Рисунок 1 – Система рынков АПК региона

Основные производители услуг – предприятия по оптовой продаже сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. На стадии обмена можно выделить рынки розничной продажи продовольствия. Основным потребителем на этом рынке является население, а производителями услуг – предприятия розничной торговли. Каждому рынку присущи своя инфраструктура, рыночный механизм и методы регулирования. Особенностью многих сельскохозяйственных рынков является сезонность предложения.

Рынки бывают открытыми и замкнутыми, стихийными и организованными, пионерными, растущими, зрелыми, сжимающимися, монопольными, олигопольными и рынками монополистической конкуренции. Рынок монополистической конкуренции состоит из сети частично обособленных, но взаимосвязанных рынков, где существует определенное разнообразие цен, издержек объемов выпуска продукции

определенной товарной группы. На этом рынке возможна и монополия, но власть монополиста распространяется только на свой, узко дифференцированный продукт. На таком рынке много производителей, продукция которых отличается по качеству.

Результативность рынка:

$$\text{Э ф.р.} = \text{Э ф.пр.} + \text{Э ф.п.} + \text{Э р.р.} + \text{Э аг.}, \quad (2)$$

где Э ф.р. – эффективность функционирования рынка; Э ф.пр. – эффективность функционирования производителя; Э ф.п. – эффективность функционирования потребителя; Э р. р. – эффективность регулирования рынка; Э аг. – эффективность взаимодействия агентов рынка.

Эффективность функционирования производителя заключается в качестве использования ресурсов и производстве востребованной продукции. Эффективность функционирования потребителя – это степень удовлетворения его разумных потребностей. Эффективность регулирования рынка – это создание выгодных условий для агентов рынка и поддержание конкурентной среды. Эффективность взаимодействия агентов рынка заключается в степени налаживания взаимовыгодных контактов.

В Нижегородской области используются элементы регулирования рынков сельскохозяйственной продукции. Принят закон «О продовольственной безопасности». Действуют областные целевые программы: «Покупай нижегородское», «Развитие агропромышленного комплекса Нижегородской области», «Развитие социальной и инженерной инфраструктуры как основа повышения качества жизни населения Нижегородской области», другие областные, муниципальные и федеральные программы регулирования рынков сельскохозяйственной продукции.

Пищевая и перерабатывающая промышленность Нижегородской области насчитывает 16 основных рынков и объединяет 137 крупных и средних предприятий, 1344 малых и микропредприятий. В 2010 году предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности Нижегородской области произведено и отгружено продукции на сумму 59,9 млрд рублей или 118,7 % к 2009 году. В 2010 году увеличен объем производства важнейших видов продукции по сравнению с 2009 годом: мяса птицы – на 32,5 % (произведено 37,2 тыс. тонн); колбасных изделий – на 17,1 % (34,6 тыс. тонн); мясных полуфабрикатов – на 26,3 % (36,5 тыс. тонн); консервов плодоовощных – на 14 % (48,8 млн усл. банок); цельномолочной продукции – на 14,1 % (267 тыс. тонн); масла сливочного – на 4,8 % (7,9 тыс. тонн); сыров и продуктов сырных – на 35,1 % (6,1 тыс. тонн); маргариновой продукции – на 6,3 %

(88,7 %); майонеза – на 2,1 % (75,4 тыс. тонн); кондитерских изделий – на 9,7 % (40,1 тыс. тонн); мороженого – на 31,1 % (24,4 тыс. тонн); макаронных изделий – на 32 % (6,4 тыс. тонн); пива – на 6,5 % (21,9 тыс. тонн); комбикормов – на 13,2 % (317,3 тыс. тонн) и др. В 2010 году предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности получено льготных инвестиционных кредитов на сумму 113,4 млн рублей. Пищевая и перерабатывающая промышленность Нижегородской области представлена системой развивающихся и регулируемых рынков.

В Нижегородской области в 2010 году насчитывалось 624 СХО: производящие зерно – 497, овощи открытого грунта – 21, картофель – 101, мясо КРС – 400, молоко – 379. Функционировало 3365 фермерских и более 543 тыс. личных подсобных хозяйств граждан. В структуре производства продукции доля продукции, произведенной населением, составляет более 42 %, в том числе около 50 % – продукции растениеводства и 34 % – продукции животноводства. Для оказания содействия развитию малых форм хозяйствования в Нижегородской области по состоянию на 1 января 2011 года создано 84 сельскохозяйственных потребительских кооператива, из них: 25 – кредитных, 42 – снабженческо-сбытовых и 17 – перерабатывающих. Правительство Нижегородской области помогает нижегородским производителям, в том числе личным подсобным и фермерским хозяйствам, реализовать произведенную продукцию. Еженедельно на территории Нижнего Новгорода работают 11 ярмарок «выходного дня», на которых все сельхозтоваропроизводители области, включая садоводов и огородников, могут без посредников свободно реализовать произведенную сельскохозяйственную продукцию. Кроме того, ярмарка нижегородских производителей ежемесячно проводится в Юго-Восточном округе города Москва. Еженедельно в Нижнем Новгороде сельскохозяйственные товаропроизводители области реализуют молоко со 180 молочных цистерн. По аналогичной схеме проведено размещение молочных цистерн в районных центрах области. Оказывается помощь производителям по открытию стационарных точек на рынках Нижнего Новгорода, магазинов «шаговой доступности», реализации продукции с передвижных автолавок. В результате регулирования рынков сельскохозяйственной продукции и создания конкурентной среды Нижегородская область заняла первое место в РФ по дешевизне продуктов социальной значимости за декабрь 2011 г. Набор продуктов социальной значимости в регионе можно приобрести за 1345 руб. Это на 11 % дешевле, чем в среднем по России, где по данным за декабрь 2011 г. его стоимость составила 1510 руб. Потребление основных продуктов пи-

тания на душу населения в регионе ежегодно растет по всем основным позициям (табл.1).

Таблица 1 – Динамика потребления основных продуктов питания населением Нижегородской области (на душу населения в год; килограммов)

Наименование продуктов	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2009 в % к 2008	Справочно: 2009 год по России	Рекомендуемые нормы потребления, утв.приказом Минздравсоцразвития России от 02.08.2010 № 593
Мясо и мясо-продукты в пересчете на мясо	50	54	53	59	60	101,7	67	70–75
Молоко и молочные продукты в пересчете на молоко	211	223	222	234	234	100,0	246	320–340
Яйца и яйцо-продукты, штук	266	264	241	245	268	109,4	262	260
Рыба и рыбо-продукты	14,0	15,0	16,0	17,0	18,0	105,9	15	18–22
Сахар (вкл. кондитерские изделия в пересчете на сахар)	35	35	36	38	37	97,4	37	24–28
Масло растительное (вкл. продукты, содержащие растительное масло)	13,0	13,2	13,1	13,6	14,0	102,9	13,1	10–12

Продолжение таблицы 1

Картофель	76	82	80	96	96	100,0	113	95–100
Овощи и продовольственные бахчевые культуры	89	88	97	105	110	104,8	103	120–140
Фрукты, ягоды, виноград	41	52	53	53	55	103,8	56	90–100
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые)	110	105	97	96	95	99,0	95	95–105

Рекомендуемые нормы потребления продуктов питания дают представление о емкости основных аграрных рынков. Динамика потребления продуктов питания характеризует вид рынков в Нижегородской области: рынки мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов, яиц и яйцопродуктов, рыбы и рыбопродуктов, масла растительного, картофеля, овощей и продовольственных бахчевых культур, фруктов и ягод, растущие. На этих рынках необходимо увеличивать предложение. Рынок хлебных продуктов сжимается. Здесь нужно применять меры по поддержанию спроса, согласно рекомендуемых норм потребления. Рынок сахара и кондитерских изделий растет. Величина текущего потребления опережает рекомендуемые нормы, поэтому необходимо принимать меры по уменьшению спроса на этом рынке.

Как видно из приведенных данных, на основных сельскохозяйственных рынках Нижегородской области преобладает форма монополистической конкуренции, характеризующаяся множеством производителей, различающихся качеством продукции. На этих рынках устанавливается слабый контроль над ценами. В условиях монополистической конкуренции нет высоких барьеров для входа на рынок: эффект масштаба не имеет большого значения, а объем первоначального капитала, как правило, невелик.

Главная цель государственной политики – стимулировать сближение работы реальных рынков с оптимальным рынком, рыночный механизм которого соответствует существующим социально-экономи-

ческим условиям. Определив особенности экономического механизма функционирования и развития каждого из рынков и системы рынков в их взаимодействии, можно переходить к формированию соответствующих методов управления этими системами.

В качестве оптимального рынка предлагается следующий механизм взаимодействия производителей и потребителей сельскохозяйственной продукции на региональном рынке (рис.2).

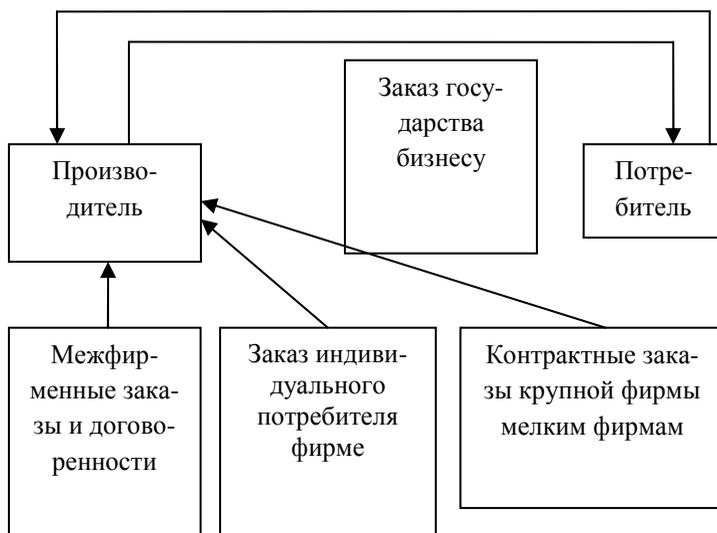


Рисунок 2 – Механизм взаимодействия агентов сельскохозяйственного регионального рынка

В сельском хозяйстве, с его многоукладностью, крупная фирма может вступить в отношения сотрудничества с представителями других укладов (фермерское хозяйство, хозяйство населения и т. д.).

Заказ государства бизнесу реализуется в виде государственных закупок сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Межфирменные заказы и договоренности формируют поведение фирмы на аграрных рынках. Сущность заказа индивидуального потребителя фирмы заключается в установлении постоянных контактов фирмы и индивидуального потребителя.

Целью регулирования механизма взаимодействия продавцов и покупателей в системе рынков сельскохозяйственной продукции и их

инфраструктуры является формирование оптимального рынка сельскохозяйственной продукции региона (рис.3).



Рисунок 3 – Формы регулирования системы сельскохозяйственных рынков региона и их инфраструктуры

Заключение договора регулятора и сельхозпроизводителя способствует их взаимовыгодному сотрудничеству. Биржи и аукционы – это

инструменты организованного рынка. Частно-государственное партнерство способствует привлечению частных инвестиций к решению государственных задач. Банк данных СХО – основа оказания им адресной помощи. Регулирование предложения – важнейший инструмент регулирования рынков. При большом количестве программ развития сельского хозяйства производитель нуждается в подробной информации об особенностях каждой программы.

Стимулирование инновационной деятельности в сельском хозяйстве способствует ее развитию. Инфраструктура аграрных рынков является важнейшим условием их функционирования. Организация оптовых и розничных рынков сельхозпродукции способствует решению проблем ее сбыта. Систематическая оценка конъюнктуры рынка – необходимое условия контроля его функционирования. Проведение выставок и ярмарок способствует установлению связей между производителями и потребителями.

Эффективность регулирования аграрных рынков региона Э р.р.:

$$\text{Э р.р.} = \text{Э ф.р.} + \text{Э с.р.}, \quad (3)$$

где Э ф.р. – эффективность функционирования рынка; Э с.р. – эффективность системы регулирования.

Проводимые автором в течение ряда лет исследования рынков и систем управления в АПК позволили сделать вывод, что одной из причин сохранения проблем является управление АПК как отраслью. Подход к управлению АПК как регулированию системы рынков позволяет анализировать механизм возникновения проблем между агентами рынка и принимать адекватные решения, соответствующие их целям, учитывающие конъюнктуру сельскохозяйственных рынков и состояние их инфраструктуры.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Агирбов Ю. И., Мухаметзянов Р. Р., Леснов А. П. Рынки сельскохозяйственной продукции. Учебное пособие. М., 2005. 345 с.
2. Добрынин В. А. Актуальные проблемы экономики агропромышленного комплекса. М.: Издательство МСХА, 2001. 402 с.
3. Серова Е., Храмова И. Структура и функции агропродовольственных рынков в России.
4. Ушачев И. Г. Формирование рациональных систем управления в АПК. М.: Экономика и информатика, 1999. 368 с.
5. Экономика сельского хозяйства: учеб пособие / Под ред. проф. Н. А. Попова. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. 398 с.

## **REGULATION OF THE AGRARIAN MARKETS OF THE REGION**

**Keywords:** market of agricultural goods, region, regulation, steps of social production, market mechanism, optimal market

**Annotation.** The analysis of agricultural markets of Nizhniy Novgorod area is done. The elements of regulation of agricultural markets and its infrastructure are shown. The optimal model of regional agricultural market is offered. Some forms of regulation of system of agricultural markets of the region are considered.

---

**ТЕТЕРИН ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ** – к.э.н., доцент кафедры «Организация и менеджмент», Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (yurt17.07@yandex.ru).

**TETERIN YURY NIKOLAYEVICH** – the candidate of economic sciences, the docent of the chair «Ogranization and management», the Nizhniy Novgorod state engineering-economic institute, Russia, Knyaginino, (yurt17.07@yandex.ru).

---