

## **ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ОПТОВО-ПРОДОВОЛЬЧИХ РИНКІВ**

*Стаття присвячена проблемі становлення інфраструктурної складової агробізнесу в Україні через формування регіональних оптово-продовольчих ринків. На прикладі плодово-овочевого ринку Херсонської області доведено необхідність відкриття оптових ринків як важливих маркетингових центрів, які будуть сприяти налагодженню ефективної роботи аграрних підприємств регіону.*

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** аграрний ринок, оптовий продовольчий ринок, сільськогосподарські виробники, агромаркетинг.

**KEY WORDS:** agrarian market, wholesale grocery market, agricultural producers, agrarian marketing.

За останні роки зі збільшенням темпів інфляції в країні, між тим, розширюються обсяги торгівлі сільськогосподарською продукцією, що і відповідно впливає на цінові коливання. Диспаритет цін на продукцію та ресурси, обіг засобів у «тіньових структурах», непрозорість схем реалізації сільськогосподарської продукції, активність у наданні та використанні послуг посередників є одним з основних недоліків системи ціноутворення в АПК та сільському господарстві. Циклічні коливання цін на сільськогосподарську продукцію виникають через ймовірну підтримки паритету цін є найбільш перспективним, ніж державна дотаційна політика. Аналіз гнучкість пропозиції над попитом. Функціонування механізму інтервенційних закупок у системі функціонування суб'єктів інфраструктури свідчить, що при посередництві аграрних бірж реалізується приблизно 3 % сільськогосподарської продукції, а торговельних компаній, обслуговуючих кооперативів та продовольчих ринків, діючих у ситуації низького матеріально-технічного забезпечення, повної відсутності холодильного обладнання, складських приміщень та інформаційно-комунікаційних систем — реалізується незначна доля сільськогосподарської продукції.

Для багатьох товаровиробників актуальною проблемою залишається необхідність диверсифікації каналів збуту виробленої продукції, оскільки у більшості з них відсутні навички та вміння

знаходити вигідні умови для її реалізації. Ситуація ускладнена ще й тим, що не створено мережі господарських суб'єктів, що сприяють впровадженню механізму реалізації, який би гарантував учасникам ринку збут сільськогосподарської продукції й продовольства на конкурентній основі та за вигідною ціною. Існуюча у агропромисловому комплексі ринкова інфраструктура є недосконалою, оскільки знаходиться лише на початковому етапі свого формування, її окремі складові елементи розрізнені і функціонують хаотично. Створенню мережі інфраструктури аграрного ринку та аграрних підприємств бракує системності, а процесу її становлення — послідовності.

У розв'язанні вказаної проблеми важливе місце відводиться формуванню й розвитку національного і регіональних ринків сільськогосподарської продукції.

Теоретичні та прикладні аспекти комплексної проблеми формування ринкової інфраструктури аграрних підприємств досліджено у наукових працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, наукові здобутки яких мають важливе значення.

Проте складність проблеми й відсутність істотних зрушень у її розв'язанні на регіональному рівні вимагають подальших розробок. Недостатньо опрацьованим є питання щодо оптимізації складу мережі суб'єктів інфраструктури, з врахуванням фактору особливостей регіону та методів забезпечення її ефективного функціонування на різноманітних організаційно-ієрархічних рівнях, обґрунтування послідовності та напрямів досягнення системності у формуванні підприємств інфраструктури аграрного ринку.

Необхідно зауважити, що прибутковість сільськогосподарського виробництва залежить не тільки від ефективності організації виробничого процесу, але й від налагодження ефективного маркетингу сільськогосподарської продукції, тобто просування продукту до споживача. У кінцевому рахунку вміння виробника вигідно реалізувати вироблену продукцію є показником ефективності його господарської діяльності. Сьогодні, перш ніж відповісти на запитання: «Яку продукцію та в якій кількості виробляти?», сільськогосподарські виробники мають чітко уявляти, кому та за якою ціною продати вироблену продукцію. І одним із каналів реалізації продукції є оптові ринки (місцеві, сільські, віддалені від райцентрів та ін.).

Оптовий ринок забезпечує як покупцям, так і продавцям надання необхідного комплексу послуг по транспортуванню та зберіганню продукції, її доробці та передпродажній підготовці, вантажно-розвантажувальних операціях тощо. По відношенню до

виробників оптовий ринок виступає типовим інтегратором, у першу чергу, ціни. До того ж покупці мають право подавати заздалегідь заявки на придбання певної кількості продукції, що дає їм можливість регулювати обсяги надходження і прогнозувати збутові операції, у тому числі й посередницькі послуги.

Оптовий продовольчий ринок — це суб'єкт підприємницької діяльності, який утворено згідно із законодавством і метою діяльності якого є створення необхідних умов для здійснення операцій з продажу і купівлі наявних видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, укладення відповідних торговельних угод. Оптові ринки не є власниками цієї продукції, а займаються лише обслуговуванням учасників ринку з реалізації (купівлі) багатьох видів сільськогосподарської продукції, яку важко зберігати тривалий час або взагалі не можна зберігати.

За класифікацією створення оптових ринків в Україні виділяють їх за особливостями регіонів. Як показують дослідження, незважаючи на те, що більшість сільськогосподарських виробників має кілька каналів реалізації виробленої продукції, питома вага цих каналів є неоднаковою. Це залежить, передусім, від конкретного виду сільськогосподарської продукції та типу підприємства (рис. 1).

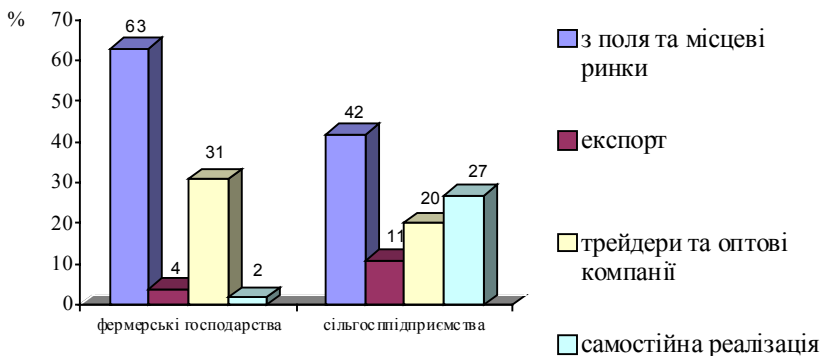


Рис. 1. Питома вага реалізації сільськогосподарської продукції Херсонської області за основними каналами збуту за 2007 р.

Для Херсонської області, на жаль, основним каналом збуту овочевої продукції на сьогодні залишається пряма реалізація продукції з полів у свіжому вигляді. З початку 2000 р. в області поступово збільшувалась кількість оптових ринків і станом на

01.01.2007 р. їх офіційно функціонує 48, переважна більшість яких знаходиться в південних районах області і займає важливе стратегічне значення для місцевих сільськогосподарських товаровиробників. Із загального обсягу реалізації овочевої продукції по Херсонській області у 2007 р. реалізовано з поля — 63 %, через оптові ринки — 31 %, на експорт — 4 % та самостійно реалізовано сільгосптоваровиробниками — 2 %.

Для аналізу діяльності оптових ринків Херсонської області проаналізуємо діяльність приватного оптово-овочевого ринку «Неждана», діючого в с. Великі Копані Голопристанського району. Оптовий ринок «Неждана», як приватне підприємство зареєстроване 28.12.1998 р., займає територію розміром 8,2 га, на якій побудовано 327 відкритих торговельних місць та 34 критих прилавки. Є в наявності 5 закритих місць для реалізації продуктів переробки м'яса, молока та риби.

Серед послуг для клієнтів стоянка на 50 автомобілів, комплекс громадського харчування, телефонний та телефаксовий зв'язок. Земельна ділянка ринку використовуються на умовах оренди з 16.05.1999 р.

Товарообіг на даному ринку становить 2,5—3 тис. тонн свіжої овочевої продукції та фруктів за добу в сезон масового продажу. За день ринковими послугами користуються 5000—7000 споживачів, з яких 90—95 % оптовики й близько 100 продавців (майже всі вони — безпосередньо товаровиробники). На ринку представлена продукція з Херсонської, Миколаївської, Одеської, Закарпатської, Запорізької областей, АР Крим і Молдови. Ринок має позитивний досвід роботи та тісні стосунки із споживачами Чехії (перець, сині, кавуни та огірки) Польщі (перець, кавуни), й Німеччини (кавуни). У найближчому майбутньому всіх зацікавлених виробників і користувачів ринку передбачається забезпечити різноманітною тарою. Наголос робиться на використанні одноразової гофрокартонної та багаторазової пластикової упаковок. Починаючи з 2005 р. в оренду надаються сховища з холодильним обладнанням загальною місткістю 600 тонн продукції. Відкрито лабораторію ветеринарної медицини. Ринок працює сезонно. Відділ маркетингу свою роботу в основному направляє на збір та накопичення (моніторинг) інформації щодо виробників сільськогосподарської продукції, кон'юнктури ринку, рекламування нових форм обслуговування клієнтів ринку та організацію реклами продукції на території ринку. Суб'єктам ринку надається інформація про діючі ціни на продукцію. Аналіз отриманих даних у ході нашого дослідження дозволяє зробити висновки, що на оп-

товому ринку «Неждана» на протязі 2006 р. більшу частину товару реалізували місцеві товаровиробники (62,8 %), і лише 10,3 % — товаровиробники з інших регіонів. Відносно продажу товарів на протязі 2006 р. по асортименту на даному ринку отримано наступні дані: лідерами продажу є: овочі, фрукти, м'ясні та ковбасні вироби, макаронні та кондитерські вироби, крупи, відсоток продажу яких від усієї продукції складає 37 %, 21 % та 17 % відповідно. Бакалія складає 12 %, а м'ясо птиці та горілчана продукція — 7 % та 6 % відповідно.

Однак, тільки оптові ринки, що є одним з організаторів товарообігу, не в змозі вирішити всі питання раціональної організації оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Широкий розвиток можуть одержати автономні розподільні центри (центри логістики), що поєднують економічні інтереси виробників, оптовиків, роздрібною торгівлі і продуктивно використовують існуючі системи розподілу продовольства у великих виробників. Створення розподільчих центрів (центрів логістики) оптової торгівлі дозволить сконцентрувати на одній території велику кількість сільськогосподарської продукції, а наявність таких елементів інфраструктури ринку, як сховища, устаткування по переробці продукції, служби по контролю за її якістю, митні служби, фінансові, страхові компанії чи їх відділення, транспортні підприємства, санітарні служби, що будуть сприяти доведенню продукції до споживачів з найменшими витратами, зв'язаними з процесом товарообміну, комплексному вирішенню проблеми стійкого постачання населення продукції сільського господарства, забезпеченню гарантії якості продукції.

Слід також зазначити, що такі центри можуть служити методичними, організаційними і технологічними структурами, що дозволяють виробити основні механізми створення і ефективного функціонування підприємств оптової торгівлі з урахуванням регіональної специфіки. Концентрація продовольства в одному місці дозволить максимально використовувати площі складів і взагалі підприємств оптової торгівлі, прискорить оборотність товарів, істотно скоротить витрати ручної праці. Усе це буде сприяти зниженню собівартості, підвищенню конкурентоздатності вітчизняних виробників (постачальників) і підтримці виробництва сільськогосподарської продукції. Крім того, створення центру логістики оптової торгівлі створить додаткову кількість робочих місць.

Тому, оптову торгівлю слід розглядати не лише як спосіб збуту продукції, а й як важливу форму організації ринку, що формує базову, визначальну ціну, яка потім стає орієнтиром для всіх ін-

ших каналів збуту. Крім цього створення оптових ринків з регіональним аграрно-маркетинговим центром, все це дозволить реалізовувати й отримувати відповідно якісну продукцію за справедливими цінами, забезпечить кращі умови її реалізації та купівлі без посередників, сприятиме розвитку міжрегіональної та міждержавної торгівлі.

### **Література**

1. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції: Монографія / Авт. кол.: М. Бетлій та ін.; За ред. О. М. Бородіної. — Ужгород: ІВА, 2006. — 496 с.
2. Аналіз і перспективи розвитку ринкової інфраструктури в Україні / Колектив авторів під кер. О. М. Шпичака. — К.: ІАЕ УААН, 1998. — 49 с.
3. Степанова М. М., Димов О. М., Жуйков Г. Є. Оптовий ринок як чинник ефективного маркетингу овочевої продукції // Економіка АПК. — 2006. — № 6 — С. 91—95.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2009

**О. П. Сергєєв**  
здобувач

(Тернопільський національний економічний університет)

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРА**

*В роботі розглянуто методи оцінки конкурентоспроможності продукції, можливості їх застосування до продукції аграрного сектору.*

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** конкурентоспроможність, якість, методи оцінки.

**KEY WORDS:** competitiveness, quality, evaluation methods.

Проблема забезпечення і підвищення конкурентоспроможності агропромислового комплексу є однією з ключових у національній економіці. Подальший розвиток ринкових відносин і механізмів регулювання діяльності підприємств потребують фундаментальних досліджень проблем конкуренції та конкурентоспроможності в аграрному секторі економіки.