

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК МЕРЕЖІ ГУРТОВИХ РИНКІВ В УКРАЇНІ**ПИСАРЕНКО В.В., к.е.н., доцент, Полтавська державна аграрна академія**

У статті розглядаються завдання та етапи формування мережі гуртових ринків на продовольчому ринку, напрями удосконалення ефективності комерційної діяльності. Визначено передумови становлення гуртового ринку в регіонах України. Розкрито основні складові формування пропозицій на регіональному продовольчому ринку. Висвітлено перспективи формування попиту та можливості удосконалення кон'юнктури продовольчого ринку. Визначено основні напрями раціоналізації товарної політики регіонів, значні перспективи розвитку якої реальні за умови прийняття участі в цьому процесі різних організаційно-правових форм аграрного виробництва. Обґрунтовано пропозиції щодо формування маркетингових структур, які б суттєво поліпили просування і збут продовольства від виробника до споживача.

In the article a task and stages of network of herd markets is examined at the food market, directions improvement of efficiency commercial activity. Certainly pre-conditions becoming of herd market in the regions of Ukraine. The basic component formings of suggestions are exposed at the regional food market. The prospects of forming demand and possibility of improvement of food market are reflected. Certainly basic directions of rationalization commodity policy of regions, the considerable prospects of development which are real on condition acceptance of participating in this process of different legal forms agrarian production. Suggestions are grounded in relation to forming of marketings structures which substantially would improve advancement and sale of food from a producer to the user.

Постановка проблеми. Вступ України в Світову організацію торгівлі вимагає підвищені вимоги до якості вітчизняної сільськогосподарської продукції та продовольства, удосконалення ринкової інфраструктури, розбудови її нових складових. Значна роль у цьому відводиться гуртовим ринкам сільськогосподарської продукції, процес створення яких на сьогодні є уповільненим. Сучасний стан ринку сільськогосподарської продукції та продовольства характеризується повільним формуванням ринкової схеми просування продукції від виробника до споживача, яка була б здатна забезпечити скорочення втрат сільськогосподарської продукції, підвищити її якість, сприяти формуванню ринкових цін. Такою ринковою схемою повинна стати мережа гуртових ринків сільськогосподарської продукції, становлення та розвиток якої стримує відсутність ефективної державної політики у цій сфері, особливо в частині фінансово-кредитного, інформаційного та консультативного забезпечення розвитку таких ринків. Аналіз сучасного стану розвитку продовольчого ринку свідчить, що характерною особливістю є диспропорція розвитку попиту і пропозиції на його внутрішньому рівні. Тому розробка економічного механізму формування та забезпечення ефективного його функціонування значно полегшить завдання виробників у забезпеченні належного рівня споживання аграрної продукції у необхідному асортименті, обсязі та якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні та методичні питання розвитку ринків аграрної продукції розкриваються в наукових працях Г.О. Андрусенка, В.І. Бойка, О.І. Гойчук, О.Д. Гузінського, Й.С. Завадського, В.В. Зіновчука, О.Ю. Єрмакова, М.П. Канінського, В.І. Криворучка, П.М. Макаренка, І.Н. Топіхи, А.І. Шумейка, О.М. Шпичака та інших. Разом з тим, вони не можуть претендувати на завершеність вирішення комплексу організаційно-економічних проблем, особливо тих, що стосуються формування і функціонування мережі гуртових ринків. Гуртові ринки – це місце, де відбувається процес купівлі – продажу реально наявної продукції, і щоденно встановлюється ціна дня (ціна рівноваги ціна попитом та пропозицією). Основні покупці на гуртових ринках, це: ресторани, готелі тощо; продуктові магазини та супермаркети; інші гуртові продавці; спеціалізовані магазини (квіткові, м'ясні, овочеві, рибні); організації-покупці (державні установи, школи, в'язниці і т.д.); і підприємства-переробники сільськогосподарської продукції. Гуртові ринки необхідно розглядати як складову частину інфраструктури регіону. Через гуртові ринки місцеві та центральні органи управління мають змогу запровадити політику стабільного розвитку малого і середнього підприємництва та зокрема сільськогосподарського виробництва. Чим краще розвинена інфраструктура гуртового ринку, тим ефективніша дистрибуція сільськогосподарської та харчової продукції; більше того, - якість пропонованих свіжих продуктів є кращою, а час, необхідний для укладення трансакцій, так само, як і для процедур завантаження-розвантаження – набагато коротший [1].

Цілі статті. Основною метою публікації є обґрунтування напрямів розвитку мережі гуртових ринків та етапів створення регіональних агромаркетингових структур.

Виклад основного матеріалу. Переважна більшість гуртових ринків у світі були засновані у період з 1950 по 1970 роки. Проте їхня історія має витoki значно раніше і часто вони починались з муніципальних ринків на початку 20 століття. Майже всі ринки були компонентами міської інфраструктури, маючи на меті організувати та сконцентрувати квіткову, плодово-овочеву, рибну та м'ясну гуртову торгівлю в одному місці. Це стало абсолютно необхідним відповідно до зміни характеру роздрібної торгівлі. Такі визначені для певних під-сегментів місця для торгівлі часто зводились у різних частинах міста, що на той час не було проблемою, так як ці спеціалізовані ринки задовольняли потреби великої кількості малих спеціалізованих роздрібних магазинів. Ці ринки слідували власним принципам торгівлі, так як кожен з них був націлений на різних споживачів. З появою магазинів самообслуговування з широким асортиментом (особливо у вигляді розгалужених мереж супермаркетів), гуртові ринки змушені були збільшити свої розміри та зібрати різноманітні продукти і сільськогосподарську продукцію в одному місці.

Майже всі ринки у світі були засновані за ініціативою місцевих, регіональних чи державних органів влади. Приміщення були власністю міста, даного регіону чи держави, а банки чи інші структури володіли невеликою кількістю акцій. Безпосередні учасники ринку рідко були власниками цього ринку, оскільки управління ринком для них складно: коли там збирається велика кількість організацій, коли компанії часто конкурують одна з одною: в одному місці, з ідентичним продуктом, коли виникають конфлікти інтересів між торговими компаніями, коли компанії об'єднуються, щоб створити більші підприємства коли вони стають банкрутами, або коли нові підприємства виходять на ринок. Ідеєю всіх гуртових ринків є створення бази, де попит зможе відповідати пропозиції; де велика кількість компаній, зібраних в одному місці, стикаються з однаковими умовами на оренду торгової площі, і відповідно - з однаковими початковими умовами конкуренції. Розвиток та становище даної компанії на даному ринку повинно залежати тільки від тих складових, які визначені безпосередньо компанією, включаючи: ціну та якість певної продукції, маркетингові підходи, ефективність працівників компанії.

Заснування гуртових ринків харчової продукції у період з 1950 по 1970 роки поряд з мережею магазинів роздрібної торгівлі у великих агломераціях швидко вилилось у запровадження порядку дистрибуції квітів, овочів і фруктів та іншої свіжої сільськогосподарської продукції. Було створено хороші умови торгівлі для цієї продукції і як результат, - залежно від міста, країни, розміру та рівня відповідності сучасним вимогам ринку, на гуртові ринки припадало 50-80% від загального об'єму дистрибуції сільськогосподарської та харчової продукції. З продовженням збільшення концентрації як зі сторони пропозиції (виробників) так і зі сторони попиту, гуртові ринки почали втрачати свою частку ринку. На сьогоднішній день через них проходить 20-40% від загального об'єму дистрибуції сільськогосподарської та харчової продукції (в залежності від країни) [2].

Незважаючи на спад у загальному обороті гуртових ринків, вони все ще відіграють важливу роль у дистрибуції овочів, фруктів, квітів, м'яса та риби, і на сьогоднішній день у світі продовжують створювати нові гуртові ринки. Багато гуртових ринків було модернізовано у відповідності до нових санітарних та ветеринарних норм. В деяких країнах є спроби приватизувати існуючі гуртові ринки або, як альтернатива, місцеві органи влади відходять від безпосереднього управління цією нерухомістю та доручають це завдання професійним комерційним компаніям. Це було необхідним відповідним стратегічним кроком у відповідь на той факт, що часто управління державними гуртовими ринками було незадовільним і залежало від загальних політичних цілей місцевих, регіональних чи національних органів влади, стикаючись з важкими фінансовими та організаційними проблемами.

Місцеві органи влади не можуть відмовитись від гуртових ринків, оскільки це призведе до того, що малі торгові точки, міські ринки, місцеві плодово-овочеві ринки та квіткові магазини будуть купувати свою продукцію у спеціалізованих торгових центрах, таких як МЕТРО Кеш&Керрі, Селгрос чи в інших спеціалізованих торгових центрах, на які виробникам вийти набагато важче. Малий сімейний бізнес також буде змушений купувати свою продукцію в гуртових торговельних мережах, які проводять дуже агресивну цінову політику. Відповідно багато компаній дрібної та малої роздрібної торгівлі збанкрутує, що призведе до росту безробіття в регіоні з усіма негативними наслідками.

Україна є одним з найбільших по потенціалу виробників сільськогосподарської продукції. 85-90% від загальної кількості свіжих овочів і фруктів, які споживаються в Україні, вироблені в Україні (окрім груп екзотичних продуктів, таких як банани, апельсини, лимони та інші). На протязі останніх років спостерігається тенденція зросту виробництва.

Споживання продуктів харчування становить 76% і в структурі попиту на овочі з 2% тенденцією зростання щороку. Споживання фруктів і овочів щорічно зростає на 2,5-5%. Зростання відбувається за рахунок як збільшення свіжих фруктів і овочів в дієті населення, так і за рахунок збільшення попиту на сировину переробної промисловості, що пояснюється зростанням інвестування в цю галузь за останні 3 роки.

Значне підвищення ціни на паливо та інші засоби виробництва можуть розглядатися як один з факторів підвищення ціни на овочі та фрукти. Але найбільше зростання ціни спричинює відсутність ринкової інфраструктури і умов для маркетингу продукції, яка швидко псується, що веде до значних втрат продукції, а також до неадекватних величезних маркетингових затрат. Відсутність гуртових ринків можна розглядати як проблему номер 1 галузі, яка має значний вплив на рівень доходу сільського і міського населення, ефективність виробництва і в результаті на рівень інфляції.

Останні дані свідчать, що споживачі (в основному проживаючі в великих містах) при купівлі свіжих овочів і фруктів починають надавати перевагу роздрібним мережам чи мережам супермаркетів і відмовляються від стихійних ринків і базарів, що в свою чергу збільшує попит на свіжу високоякісну продукцію. Однак супермаркети вимагають сертифіковану продукцію високої якості, а постачання такої продукції місцевими виробниками обмежене. Відповідно, в мережах продається в основному імпортована продукція.

Україна є однією з найбільш привабливих ринків для інвестування в роздрібну торгівлю. Перший супермаркет в Україні з'явився в 2000 році і зараз загальна кількість супермаркетів складає 903. Основним вітчизняними мережами супермаркетів є Fozzy Group (треди Сільпо, Флора) зі 150 супермаркетами, АТВ Market має 136 супермаркетів, мережа «Фуршет» нараховує 52 і компанія «Пако» має 332 супермаркети. Kviza Group (бренд «Велика кишеня») має 27 супермаркетів[3].

Спостерігається стійка тенденція швидкої експансії супермаркетів на території всієї України. Це стосується як вітчизняних мереж, так і міжнародних. Такий розвиток супермаркетів швидко усуне базари і канали постачання до них, тим самим збільшуючи свою частку в торгівлі свіжою продукцією на фоні підвищення вимог до якості. З розвитком гуртових ринків супермаркети спочатку одержуватимуть партії товарів з цих ринків, але поступово будуть створювати власні дистрибуційні центри та переходячи на постійні контракти з спеціалізованими гуртовниками. Сучасні гуртові ринки повинні врахувати цю тенденцію розвитку супермаркетів і інтегрувати в свою структуру логістичні центри.

Найвищий рівень розвитку роздрібних мереж спостерігається на сході України – 300 супермаркетів, в той час як на заході їх 200 і 123 на півдні. В Києві знаходиться 170 супермаркетів, і саме Київ, а за ним схід України, можуть розглядатися як одні з найбільш привабливих місць для будівництва гуртових ринків.

Україна є членом Центрально-Європейської ініціативної фундації по гуртових ринках. Вітчизняні виробники, гуртовники та бізнесмени мають можливість відвідувати гуртові ринки Польщі та інших країн Європи.

Перші ініціативні групи по створенню гуртових ринків в Україні виникли в кінці 90-х років. На сьогоднішній день майже кожен обласний центр має стихійні гуртові ринки у формі базарів, які функціонують не дотримуючись основних принципів функціонування гуртових ринків, таких як відсутність продажу роздрібному покупців, продажі в світлу пору дня і т.д.

Однією з основних передумов створення гуртового ринку є визначення того, наскільки місцевий споживацький ринок є достатнім для забезпечення безперебійної роботи ринку. Тому, серед усіх регіонів України слід визначити регіони з найбільшою кількістю міського населення (табл.1)

Таблиця 1

Відмінні характеристики найбільших областей України

Область	2005	
	Сільське населення, тис.чол.	Міське населення, тис.чол.
Донецька	451	4 197
Київська	722	3 730
Дніпропетровська	578	2 884
Харківська	592	2 247
Луганська	331	2 093
Одеська	818	1 591
Львівська	1 033	1 550

Запоріжська	446	1 423
-------------	-----	-------

Важливим є визначення середніх ринкових оборотів кожного виду продукції (картопля, фрукти і м'ясо). Припустимо, що ринковий оборот є відповідним процентом рівня споживання міського населення відкоректованого залишковою кількістю продукції кожного виду.

В наших розрахунках ми використали наступні припущення: сільське населення є самозабезпечувальним; дефіцит окремої продукції вже закладений в рівень споживання міського населення.

Гуртовий ринок в середньому покриває близько 30% споживання в містах і 70% торгового обороту надлишками продукції.

На основі середніх статистичних даних споживання на душу населення а також балансу картоплі, овочів, фруктів і виробництва м'яса в 2005 – 2009рр. ми можемо розрахувати наступні ринкові об'єми у вищезгаданих регіонах (табл.2)

Таблиця 2

Розрахунок обсягів основних видів продукції для реалізації через мережу гуртових ринків

Область	Ринкові об'єми продукції (30% міського насел. і 70% надл. обороту) , на основі середньостатистичних даних за 2005-2009рр., тис. т.				
	Картопля	Овочі	Фрукти	М'ясо і м'ясні продукти	Разом
Донецька	147	163	49	56	415
Київська	167	167	37	42	414
Дніпропетровська	110	116	39	34	299
Харківська	212	113	18	25	368
Луганська	138	60	19	20	237
Одеська	44	168	83	15	310
Львівська	79	65	15	17	176
Запоріжська	46	91	17	17	171

Приймаючи до уваги наступне, гуртовий ринок середніх розмірів: сприятиме річному обороту близько 10 тон на метр квадратний; сервісна площа (відкритий торгівельний майданчик, паркінг і т.д.) - оборот близько 4 тон на метр квадратний; споруди покривають приблизно 20% і сервісна площа займає близько 80% території гуртового ринку. Відповідно, наприклад, гуртовий ринок в Запоріжжі має займати 10 га території і мати річний оборот 171 тис. тон.

Висновки.

Формування системи оптових ринків спроможне позитивно впливати на вирішення проблеми забезпечення населення товарами, сприяти виробникам продукції і переробним підприємствам у здешевленні та нарощуванні обсягів виробництва, посиленні здорової конкуренції на споживчому ринку.

Саме забезпечення контрольованості оптового ринку через вільний доступ всіма товаровиробниками і споживачами до інформації та торгів дозволяє повною мірою проявити переваги нових форм господарювання на засадах приватної власності. Необхідно виділити й такий важливий аспект позитивного впливу ринкової інфраструктури, як зміна психології виробників сільськогосподарської продукції, які перейдуть до пошуку оптових споживачів та вигідних постачальників матеріально-технічних ресурсів, а отже, завдяки цьому підвищиться ефективність виробництва.

Література

1. Аграрна реформа в Україні / П.І. Гайдуцький, П.Т. Саблук, Ю.О. Лупенко та ін.; за ред. П.І Гайдуцького.-К.: ННЦІАЕ, 2008,-424 с
2. Трансформаційна економіка: Навч. посібник для студ. вищ.навч. закладів/ Зайцев Ю.К., Малий І.Й., мельник О.М.; ред. Савчук В.С. – К.: КНЕУ, 2008 – 612 с.

3. Розвиток внутрішнього ринку- вирішальний фактор соціально-економічного зростання//
Матеріали всеукр. наук.-практ. конф. 22-23 квітня 2009 р., Київ., у 2-х ч., Відп. ред. Лапутін В.Д. –К.,
2003. – 274 с.