

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПЛОДОВООВОЧЕВОГО РИНКУ

**ПИСАРЕНКО В.В., К. Е. Н., ДОЦЕНТ,
ЯСНОЛОБ І.О., АСПИРАНТ,
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

Розглядаються проблеми формування ефективної інфраструктури регіонального ринку плодовоовочевої продукції з метою скорочення витрат виробництва, підвищення якості плодовоовочевої продукції та інформаційного забезпечення даного процесу шляхом створення мережі посередницьких структур, які на конкурентній основі сприятимуть збуту продукції за вигідною для виробників ціною.

The problems of forming of effective infrastructure of regional market of fruit and vegetable products are examined with the aim of cutback of spending of production, upgrading quality of fruit and vegetable products and to the informative providing of this process by creation networks of intercessory structures will assist production distribution at bargain price, that on competition basis.

Постановка проблеми. Фундаментом поступового розвитку економіки є ринок як структурована і консолідована система, яка є середовищем взаємодії економічних партнерів. Ринок функціонує за законами конкуренції, балансування попиту-пропозиції та товарно-грошових відносин.

Ринок виник шляхом еволюції, у результаті поділу праці, появи приватної власності на засоби виробництва, а головне - появи інститутів бізнесу. Як зазначав Адам Сміт, ринкова економіка це природний процес, для забезпечення логічної конструкції якого, на ринку повинні бути створені необхідні умови (конкуренція, антимонопольне регулювання тощо), у межах яких кожен з учасників прагне одержати власну вигоду [7]. Відтак, однією з важливіших умов, що забезпечують становлення цивілізованого аграрного ринку України, є формування його інфраструктури. Наявність розвиненої ринкової інфраструктури – важлива умова успішного функціонування аграрного ринку. Від того, наскільки добре вона розвинена, залежить, ефективність функціонування всієї ринкової економіки. У свою чергу, рівень розвитку ринкової інфраструктури є показником ступеню розвитку ринку, ринкових відносин у тій чи іншій країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та

практичні аспекти функціонування аграрного ринку та розвитку його інфраструктури знайшли відображення у ряді праць таких вчених: В.Г. Андрійчука, О.С. Бондара, П.І. Гайдуцького, Б.В. Губського, Б.П. Дмитрука, Ю.С. Коваленка, І.І. Лотоцького, П.М. Макаренка, М.Й. Малика, Н.М. Міщенко, В.Я. Мессель-Веселяка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших.

Названі науковці внесли суттєвий вклад у визначення розбудови аграрного ринку та його структури. Проте, питання, що стосується формування ефективної інфраструктури регіональних ринків плодоовочевої продукції є недостатньо вивченим та потребує подальшого дослідження і вирішення.

Формулювання цілей статті. Сучасний стан ринку плодоовочевої продукції характеризується досить повільним формуванням ефективної інфраструктури, яка забезпечила б скорочення витрат виробникам, сприяла формуванню справедливих ринкових цін, фінансовому та інформаційному забезпеченню даного процесу. Наявність цієї проблеми ускладнюється відсутністю мережі посередницьких структур, які на конкурентній основі сприятимуть збуту плодоовочевої продукції на вигідних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «ринку» є одним з найбільш вживаних у нашому суспільстві. Це пояснюється тим, що формування ринкового середовища в Україні, прямо чи опосередковано торкається кожної людини. А ринкові умови характеризуються вільним рухом товарів, конкуренцією, дійовим механізмом ціноутворення на основі попиту і пропозиції, відносною пріоритетністю інтересів споживачів, спрямованістю господарюючих суб'єктів на отримання максимальних прибутків.

Сучасний ринок – складна й багатоаспектна економічна категорія, що в своїй основі відображає розвиток суспільних відносин, які формуються й зазнають змін відповідно до розвитку продуктивних сил [6]. Саме тому в економічній літературі на визначення сутності ринку існують різні погляди зарубіжних та вітчизняних економістів.

За Ф. Котлером «ринок – це сукупність існуючих і потенційних покушців товарів... У розвинутому суспільстві ринок – це не обов'язково фізичне місце, де зустрічаються і здійснюють угоди покупці та продавці» [2, с. 16]. На його думку, може сформуватись ринок на будь-який товар, послуги чи інший об'єкт,

який має цінову значимість.

За визначенням професора В.М. Рабштини ринок є способом організації суспільного виробництва, сферою товарного обігу, способом поведінки суб'єктів господарювання, механізмом регулювання попиту і пропозиції [5, с. 10].

П.Т. Саблук, розкриваючи основи організації сільськогосподарського ринку, визначає його як цілеспрямовано упорядковану систему ресурсів, установ та методів, завданням якої є створення і підтримання ринкового середовища в стані максимального наближення до чистої конкуренції і здатності генерувати ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції. [6, с. 13].

Аграрний ринок формують: молочний, м'ясний, зерновий, овочевий, цукробуряковий, олійний, виноградний та інші ринки, де продукція кожного має своє функціональне призначення, характерні риси та вимоги щодо переробки, зберігання, фасування, пакування, сертифікації, маркування, транспортування, продажу тощо.

Г.Н. Клишко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко виділяють ринки окремих областей, територій, регіонів, країн, світовий ринок [3, с. 170]. За територіальною ознакою з позицій, що враховують особливості ведення аграрного виробництва, вітчизняні економісти аграрники П.Т. Саблук, Д.Я. Карич, Ю.С. Коваленко розрізняють ринки локальні, регіональні, національні та світовий [6].

І.А. Рабинович відокремлює всесвітній (світовий) ринок, національні (внутрішні) ринки, регіональні ринки, чи ринки окремих адміністративно-територіальних одиниць (республік, штатів, земель, округів тощо [4, с. 83].

Ринок плодоовочевої продукції доцільно виділити як самостійний. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всіх регіонів країни. Специфіка ринку пов'язана з особливостями плодів та овочів як товарної продукції, що мають певні споживчі властивості. Вони впливають на весь шлях реалізації цих продуктів від виробництва овочів, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів до кінцевого споживання.

Просторове розміщення виробництва і збуту продукції слугує вагомим аргументом стосовно структуризації плодоовочевого ринку за територіальною ознакою. При цьому

його основу створюють локальні ринки, які, у свою чергу, формують базу плодоовочевих регіональних ринків (рис. 1).

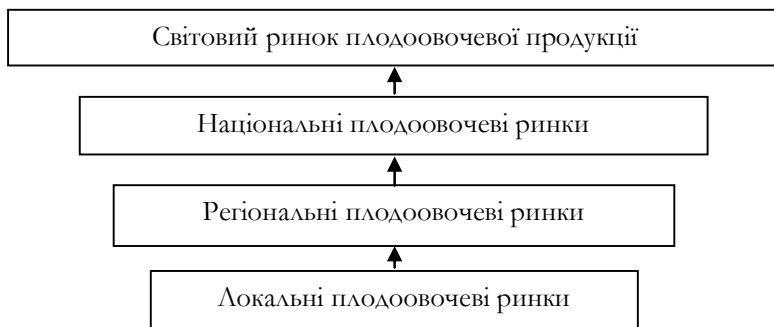


Рис. 1. Вертикальна структура плодоовочевого ринку *

** Власна розробка*

Інфраструктура певної соціально-економічної системи виникає на певному рівні розвитку господарювання як необхідна похідна структурних змін економіки країни. Її виникнення пов'язано з об'єктивним розподілом господарських елементів на основі поділу праці. Вона є механізмом, що регулює, притаманні початковому етапу розвитку, труднощі. Тим самим вона впливає на діяльність суб'єктів господарювання з метою підвищення їх рівня стійкості на ринку та результативності виробничих процесів.

Наявність окремих складових ринкової інфраструктури не є запорукою підвищення економічної ефективності виробництва і продажу овочів. Адже, інфраструктура – це необхідний елемент будь-якої сучасної ринкової економіки, сукупність організаційних, правових форм, які визначають рух товарів та послуг. Це сукупність інститутів, підприємств, які обслуговують економіку і виконують певні функції по забезпеченню оптимального режиму роботи. Тому необхідною умовою дієвості і ефективності ринкових відносин є створення відповідної інфраструктури.

Ринкова інфраструктура, яка виступає як середовище функціонування підприємництва, заповнює величезний економічний простір від виробництва до споживання. Вироблена продукція надходить на ринок, де відбувається укладання контрактів на постачання, просування товарних податків по галузях і регіонах, регулювання збуту і обслуговування економічної системи. А отже, елементи інфраструктури породжуються потребами ринку та діловими відносинами.

Складові елементи сучасної ринкової інфраструктури плодоовочевого ринку наведені у табл. 1.

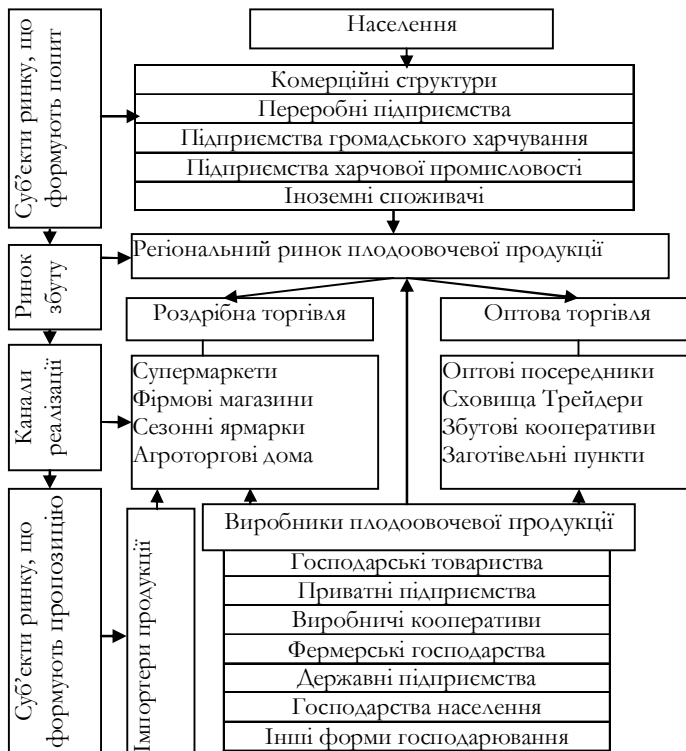
Таблиця 1

Елементи ринкової інфраструктури плодоовочевого ринку *

Блоки	Складові
1) Організаційно-технічний	Товарні біржі, аукціони, торгові доми, торгові палати, холдингові компанії, брокерські контори, виставки, ярмарки, пункти прокату й лізингу, транспортні комунікації та засоби оперативного зв'язку, оптові та роздрібні торгівельні організації
2) Фінансово-кредитний	Банки, фондові та валютні біржі, страхові й інвестиційні компанії
3) Організаційно-дослідницький	Наукові установи, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації.

* *Опрацьовано за даними [1]*

Таким чином, можна стверджувати, що ринкова інфраструктура через свої елементи створює правове й економічне підґрунтя для консультування підприємців, захисту інтересів у державних і приватних структурах; забезпечує фінансову підтримку, кредитування, включаючи лізинг, аудит, страхування нових господарських формувань тощо. Вона сприяє матеріально-технічному забезпеченню та реалізації продукції підприємств, регулює рух робочої сили, забезпечує маркетингове, інформаційне й рекламне обслуговування. Вважаємо, що з метою удосконалення регіональної інфраструктури на плодоовочевому ринку необхідно створити відповідний оптовий ринок. Сучасна модель регіонального плодоовочевого ринку представлена на рис. 2.



**Рис. 2. Структурна модель
регіонального плодовоовочевого ринку ***

* *Власна розробка*

Суб'єкти ринку, що формують пропозицію плодовоовочевої продукції у Полтавській області є сільськогосподарські підприємства, господарства населення та імпортери. Основними виробниками є господарства населення. Дані про виробництво плодовоовочевої продукції наведені у табл. 2.

Таблиця 2

**Виробництво плодовоовочевої продукції
у Полтавській області за 2005 – 2009 рр., тис. т.**

Продукція	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2009 р. у % до 2005 р.
Овочі	357,4	422,8	414,3	392,1	444,4	124,3

Плоди та ягоди	40,5	37,1	59,7	67,5	118,5	292,6
----------------	------	------	------	------	-------	-------

Суб'єкти, що формують попит на даний вид продукції в області – це комерційні структури, підприємства громадського харчування, переробні підприємства та населення (кінцеві споживачі). Структура реалізації плодоовочевої продукції виробниками у Полтавській області представлена у табл. 3.

Таблиця 3

Структура реалізації плодоовочевої продукції у Полтавській області за 2005 – 2009 рр., % до загального обсягу реалізації

Продукція	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	Зміни (+/-)
Переробними підприємствами						
Овочі	-	26,3	-	0,8	8,0	+8,0
Плоди та ягоди	-	15,3	-	12,6	-	-
На ринку						
Овочі	15,9	14,1	13,3	33,9	18,6	+2,7
Плоди та ягоди	60,7	34,1	41,8	46,5	50,0	-10,7
Населенню						
Овочі	34,0	25,7	23,5	14,1	14,4	-19,6
Плоди та ягоди	23,1	7,0	41,1	16,9	39,5	+16,4
За іншими напрямками						
Овочі	50,1	33,9	63,2	51,2	59,0	+8,9
Плоди та ягоди	16,2	43,6	17,1	24,0	10,5	-5,7

За останні роки відбулися зміни у структурі реалізації продукції за каналами збуту. Комерційні канали стали основними і разом з тим найменш організованими і прозорими. Більше половини продукції потрапляє до посередників, які контролюють експортні, оптові товаропотоки та основні доходи від реалізації, що негативно впливає на ціну плодоовочевої продукції.

Висновки. Отже, формування плодоовочевого ринку тісно пов'язане із створенням відповідної ринкової інфраструктури, Існування останньої обумовлено як інтересами товаровиробників, яким потрібна стабільна система реалізації продукції, так і інтересами підприємств торгівлі, яким необхідна надійна система товаропостачання. Ефективність кожної складової – ланцюга «виробництво – реалізація – переробка – споживання» залежить від функціонування всіх елементів інфраструктури ринку. Оскільки, в

Україні щорічно збільшуються масштаби виробництва овочів та плодів, наступним кроком має стати створення дієвої інфраструктури ринку плодоовочевої продукції. Це завдання, на нашу думку, може бути вирішено шляхом формування оптових плодоовочевих ринків на регіональному та локальному рівнях як ключових елементів інфраструктури. Для виробників ефективність функціонування оптового ринку забезпечила б гарантований збут продукції та узгодження взаємоприйняттого рівня цін, а для споживачів – гарантоване постачання у визначений строк, певного обсягу продукції, відповідного асортименту та якості.

Література.

1. Копитець Н.Г. Сутність і значення інфраструктури аграрного ринку / Копитець Н.Г. // Економіка АПК. – 2008. – № 12. – С. 121 – 122.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : ИМА-Крос Плюс, 1995. – 699 с.
3. Климко Г.Н. Основы економічної теорії /Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Канищенко. – К. : Вища шк., 1997. - 743 с.
4. Рабинович И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности / Рабинович И.А. – Одесса : Интмар, 1993. – 248 с.
5. Рабштина В. М. Основы маркетингу в галузях АПК /В.М. Рабштина, В.В. Писаренко, Х.З. Махмудов. – Дніпропетровськ : Зоря, 2002. – 412 с.
6. Саблук П.Т. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції / Саблук П.Т. – К. : ІАЕ, 2000. – 536 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Смит А. – М. : 1962. – 960 с.