

Аннотація. Рассмотрены актуальные проблемы развития маркетинговой деятельности в отрасли плодоовощеводства и обеспечения населения высококачественной продукцией в соответствии с требованиями современного продовольственного рынка. Обосновывается методологический подход по проведению исследования эффективности управления маркетингом плодоовощной продукции, организации сбытовой политики, рекламы и системы ценообразования.

Ключевые слова: реализация, сбыт, каналы сбыта, посредник, маркетинг, маркетинговая деятельность.

Annotation. Actual problems of marketing activity in fruit and vegetable growing and supply of high quality products in accordance with the requirements of modern food market. Grounded methodological approach to conducting research on the effectiveness of marketing produce, organizing marketing policy, advertising and pricing.

Keywords: sales, marketing, distribution channels, intermediary, marketing, marketing activity.

УДК 338.439.5

І.П. Яремова, аспірант ПДАТУ

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

Інфраструктурне забезпечення ринку продукції АПК є визначальною умовою продовольчої безпеки країни, зниження соціальної напруги, стабілізації національної економіки в цілому, підвищення здатності протистояти міжнародній конкуренції.

Ключові слова: продовольчий ринок, ринкова інфраструктура, оптова торгівля, товарна біржа, конкурентоспроможність, агроторговий дім.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ринкові відносини перед товаровиробниками відкривають широкі можливості для вибору форм господарювання, спеціалізації і диверсифікації виробництва, каналів реалізації продукції, джерел фінансування та інвестування. Побудова цивілізованого агропродовольчого ринку обумовлена розвитком відповідної ринкової інфраструктури. На сьогоднішній день інфраструктура продовольчого ринку в Україні є недостатньо розвинутою, оскільки більшість її елементів знаходиться лише на початковому етапі розвитку і не виконує своїх функцій в повному обсязі, виникає ряд проблем щодо взаємодії ринкових суб'єктів господарювання. Одним із вагомих чинників стабільного та ефективного функціонування продовольчого ринку є його інфраструктура.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Теоретичні та прикладні аспекти функціонування продовольчого ринку та розвитку його інфраструктури знайшли відображення у ряді праць таких вчених як П.Т. Саблук, Б.П. Дмитрук, Ю.С. Коваленко, В.Г. Андрійчук, Б.В. Губський, О.С. Бондар, П.І. Гайдуцький, М.Й. Малік, Н.М. Міщенко, І.П. Гвоздь та інші. Однак на сучасному етапі становлення ринкової інфраструктури не досить чітко встановлені методологічні засади формування окремих її елементів, особливо маркетингових.

Формулювання цілей статті. Постає завдання обґрунтування принципів, основних напрямів функціонування і визначення перспектив розвитку основних маркетингових елементів інфраструктури агропродовольчого ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інфраструктура аграрного ринку – це взаємозв'язана система підприємств і установ, діяльність яких підтримує господарські взаємозв'язки в агробізнесі, забезпечує процес сільськогосподарського виробництва і безперервний товарообіг на аграрному ринку. Основою ринкової інфраструктури є підприємства виробничої та невиробничої сфер, які покликані обслуговувати товаровиробників, створювати умови для своєчасного та безперервного нарощування обсягів пропозиції продукції на ринку. Такі підприємства виконують маркетингові функції: оптової торгівлі, транспортування, зберігання, стандартизації, сертифікації продукції, цінового моніторингу, комунікаційного

зв'язку, інформаційної служби. Їх діяльність підпорядковується Указу Президента України від 6 червня 2000 року № 767 „Про заходи щодо формування і функціонування аграрного ринку”, в якому визначено два основних завдання: створення ринкової інфраструктури, форм, а також механізмів організованої оптової торгівлі та спрямування товаропотоків сільськогосподарської продукції через прозорі процедури аграрного ринку.

Інфраструктура продовольчого ринку являє собою систему організаційних структур, основним призначенням яких є забезпечення надійності, прозорості та стабільності здійснення товарообмінних процесів в системі ринкових відносин. Головними елементами маркетингової складової інфраструктури товарного ринку в сучасних умовах є біржі, аграрні дома, оптові продовольчі ринки, обслуговуючі кооперативи, виставки, ярмарки, аукціони, тендери, заготівельні пункти, фірмові магазини тощо.

На сьогодні стан ринку сільськогосподарської продукції та продовольства характеризується досить повільним формуванням інфраструктури, яка була б здатна забезпечити скорочення втрат сільськогосподарської продукції, поліпшити її якість, сприяти формуванню ринкових цін, фінансовому та інформаційному забезпеченню даного процесу.

Характерною особливістю сучасної інфраструктури українського аграрного ринку є те, що в ній виникло багато посередницьких структур, які, як правило, не забезпечують прийнятну ціну для виробників сільськогосподарської, а також промислової продукції, маючи при цьому на ціні посередницької операції значний зиск (користь), а агровиробники суттєво знижують свою конкурентоспроможність і втрачають значну частину прибутку.

Вагому частку в структурі учасників продовольчого ринку мають підприємства торгівлі, фізичні та юридичні особи, які реалізують сільськогосподарську продукцію і продовольство. Первинною ланкою серед них, виступають місцеві ринки, заклади фірмової, дрібнооптової та роздрібною торгівлі, співпраця з якими, як правило, передбачає мінімальні витрати на транспортування, зберігання продукції, організацію торгівлі, інші маркетингові заходи. Привабливість вищезгаданих інфраструктурних елементів є найбільш актуальною для невеликих за розміром і масштабами діяльності сільськогосподарських виробництв.

У той же час, коли мова йде про крупне товарне виробництво, місцева інфраструктура не в змозі повністю забезпечити реалізацію його інтересів. У зв'язку з цим виникає необхідність розвитку такої форм оптової торгівлі як товарна біржа. Товарна біржа – це постійно діючий оптовий ринок, що функціонує в певному місці відповідно до встановлених правил торгівлі та регламенту.

Виконуючи функції генератора цін, концентрації попиту і пропозиції, прискорення товарообігу та багато інших, біржі згаджують динамізм ринкової ситуації і тим самим сприяють формуванню стабільного ринкового середовища. Будучи місцем вільного й прозорого ціноутворення товарна біржа може мінімізувати маркетингові витрати, витрати на рекламу, а також ризики цінових і курсових коливань для товаровиробників.

Сільськогосподарська та продовольча продукція реалізується через товарні (товарно-сировинні) та агропромислові біржі. За останні 10 років спостерігається збільшення загальної кількості товарних (товарно-сировинних) бірж більше ніж у 2 рази та зменшення агропромислових бірж з 34 од. 2004 року до 25 од. 2010 року (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість бірж в Україні (на початок року)

Види бірж	Роки										
	1996	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Усього зареєстровано:	88	386	429	459	493	458	467	479	499	503	531
в тому числі											
універсальні	19	97	113	118	119	115	114	114	118	103	106
товарні	25	157	176	201	227	244	258	272	293	318	341
агропромислові	9	31	32	31	34	30	29	30	30	26	25

При цьому протягом 2001-2009 рр. відбулося послідовне збільшення обсягу укладених на біржах угод, в тому числі щодо закупівлі сільськогосподарської продукції – майже у 10 разів, щодо закупівлі продуктів харчування – в 15,8 разів (рис. 1).

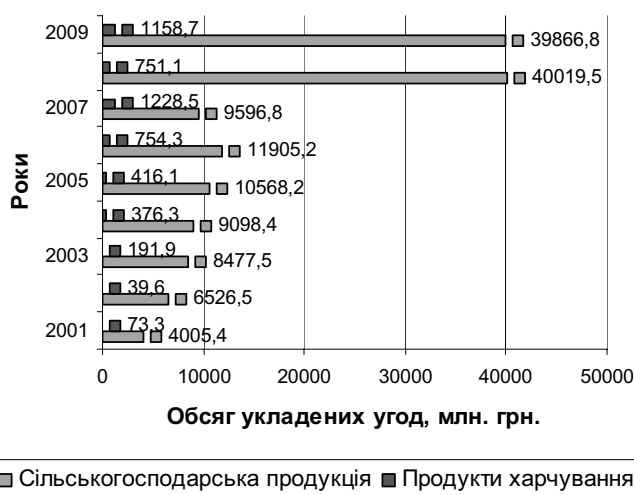


Рис. 1. Динаміка обсягів укладання біржових угод

Разом з тим спостерігаються недоліки в діяльності біржового елемента інфраструктури, зокрема це невиконання біржами своїх функцій по визначенню індикативних цін, вони діють не в інтересах товаровиробників, не завжди формують великооптові партії продукції, які більш конкурентноспроможні та вигідні для продажу, в них недостатньо використовуються фінансові інструменти для страхування цін, що й зменшує товаропотік через біржі. Обсяги реалізації товаровиробниками сільськогосподарської продукції на біржах за останні роки не перевищували 2-3% від загального обсягу продаж.

Біржовий ринок ще не став надійним механізмом стабілізації ринкової кон'юнктури, а отже не виконує покладених на нього завдань, особливо в частині регулювання та пом'якшення ризику торговельної діяльності, формування умов для забезпечення беззбитковості функціонування товаровиробників.

Проте сфера діяльності товарної біржі, як правило, охоплює міжрегіональний, національний і міжнародний ринки. У зв'язку з цим на регіональному рівні основну роль мають відігравати елементи інфраструктури нижчого рівня – агроторгові доми, оптові продовольчі ринки, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи тощо. Тому гостро постає проблема функціонального та організаційного визначення цих ринкових інституцій.

Важливою маркетинговою складовою підприємницької діяльності є агроторговий дім, метою створення якого є формування ринкового середовища шляхом розвитку товарно-грошових відносин, більш вигідної реалізації виробленої продукції і поліпшення матеріально-технічного постачання агропромислових товаровиробників. Ці ринкові інституції функціонують, як правило, на районному чи регіональному рівні, виступаючи по суті проміжною ланкою між товаровиробником і системою аграрних бірж у процесах збуту виробленої продукції і матеріально-технічного постачання.

Одним з найкращих шляхів диверсифікації збуту продукції є продаж на оптовому ринку. Діяльність оптового продовольчого ринку ґрунтується на принципах самокупності, контрольованості, організаційно-господарської незалежності. Система розподілу продовольства через оптові ринки має ряд переваг: створюються умови для круглорічного постачання населення свіжими, високоякісними продуктами харчування за прийнятними цінами; для сільськогосподарських товаровиробників і переробних підприємств вирішується проблема збуту та забезпечуються умови для поліпшення якості, асортименту, пакування продукції тощо; створюються додаткові робочі місця і зменшується відтік сільського населення; держава вирішує проблему легалізації оптової торгівлі і додаткового надходження коштів у бюджет. При цьому забезпечується захист вітчизняних товаровиробників і продовольчого ринку країни в цілому.

Згідно Закону України „Про сільськогосподарську кооперацію” передбачено створення обслуговуючих кооперативів, які, крім надання комплексу послуг, пов'язаних із виробництвом та преробкою сільськогосподарської продукції, повинні організувати збут відповідної продукції. Реалізація її має здійснюватися виключно через товарні біржі. При участі в біржових торгах обслуговуючі кооперативи повинні мати першочергову мету не одержання прибутку, а захист комерційних інтересів своїх членів. Шлях вертикальної інтеграції, тобто об'єднання

зусиль сільськогосподарських товаровиробників з метою просування у суміжні з сільськогосподарським виробництвом сфери діяльності для забезпечення контролю за рухом створеної у власному господарстві продукції та одержання від цього відповідного зиску, дає можливість їм стати рівноправними конкурентоспроможними учасниками ринкових відносин і протистояти посередницькому бізнесу.

За даними Держкомстату, на початок 2009 р. в Україні функціонувало 314 агроторгових домів (з них 288 на районному рівні), 2785 ринків (в тому числі продовольчих – 425), 923 обслуговуючих кооперативів (з них 638 – у сільській місцевості).

Важливу роль у розвитку інфраструктури продовольчого ринку відіграють виставки та ярмарки. Діючи в умовах ринкової економіки, підприємства, фірми, наукові установи дедалі активніше прагнуть потрапити на виставки з метою привернути увагу до нових технологій виробництва і видів агропромислової продукції, організації її збуту, пошуку потенційних партнерів та стратегічних інвесторів.

До проблем виставкової діяльності, що потребують подальшого вирішення, слід віднести: перевага застарілої матеріально-технічної бази; різного роду дефіцити фінансування; хаотичність, відсутність єдиної узгодженої стратегії в діяльності виставкових організаторів та урядових інститутів; недостатнє використання інформаційних систем; слабка професійна підготовка кадрів тощо.

2009 року в Україні було проведено 1076 виставкових заходів, у тому числі за агропромисловою тематикою – 102 (9,5%).

Висновки. Інфраструктурне забезпечення ринку продукції АПК в комплексі з іншими організаційними заходами інтенсифікації агропромислового виробництва слід вважати визначальною умовою продовольчої безпеки країни, зниження соціальної напруги, стабілізації національної економіки в цілому, підвищення здатності протистояти міжнародній конкуренції та поліпшення позицій країни в міжнародному поділі праці.

Разом з тим в діяльності маркетингового сектору інфраструктури спостерігаються недоліки. На товарних біржах укладаються лише угоди з реальним товаром на оптових і, незначною мірою, форвардних умовах; відсутність відповідним чином облаштованих і доступних для товаровиробників регіональних оптових ринків худоби та свіжої сільськогосподарської продукції, зокрема, картоплі, овочів, фруктів, риби, молочної продукції тощо; функціонування величезної кількості суб'єктів заготівлі сільськогосподарської продукції, які формують багаторівневі тіньові канали збуту дрібних партій, внаслідок чого надто занижується первинна ціна продажу і збільшується кінцева ціна споживання; відсутність кооперативних центрів оптового збуту сільськогосподарської продукції; недосконалість агроторгових домів, які у переважній більшості є дрібнооптовими посередниками, а не елементами раціоналізації каналів просування продукції від товаровиробників до споживача.

З метою сприяння розвитку маркетингової інфраструктури в найближчій перспективі необхідно: здійснити заходи з розвитку інституцій ф'ючерсної біржової торгівлі; вдосконалити організаційну структуру агроторгових домів, створивши їх як юридично самостійні добровільні та маркетингові об'єднання сільськогосподарських товаровиробників, статутним обов'язком яких був би ефективний продаж продукції і продовольства та купівля для них необхідних матеріально-технічних ресурсів переважно на біржовому ринку, що забезпечить недопущення антиконкурентних узгоджених дій, які призводять до штучного зниження закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію і продовольство; розробити та реалізувати в Україні цільову програму підтримки розвитку національної мережі регіональних сільськогосподарських оптових ринків, що передбачає участь держави у створенні в оптових ринків плодоовочевої та іншої продукції у свіжому вигляді та оптових ринків товарної худоби і птиці; сформувати інституційні структури управління розвитком та функціонуванням оптових сільськогосподарських ринків; удосконалити правове та сформувати сприятливе економічне середовище для ефективного функціонування елементів маркетингової інфраструктури, створених сільськогосподарськими товаровиробниками на кооперативних засадах.

Список використаних джерел

1. Дмитрук Б.П. Організація біржової діяльності в агропромисловому комплексі: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 2001. – 344 с.

2. Клюкач В.А. Развитие рыночной инфраструктуры в АПК // Экономика АПК. – 2003. – № 9. – С. 127-131.
3. Міщенко Н.М. Формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції // Экономика АПК. – 2004. – № 5. – С. 115-121.
4. Трещов М.М. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в регуляторному середовищі держави як один з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. // Економічний простір. – 2009. – № 24.

Аннотация. Инфраструктурное обеспечение рынка продукции АПК является одним из решающих условий продовольственной безопасности страны, снижения социального напряжения, стабилизации национальной экономики в целом, повышения возможности противостоять международной конкуренции.

Ключевые слова: продовольственный рынок, маркетинговая инфраструктура, оптовая торговля, товарная биржа, конкурентоспособность, агроторговый дом.

Summary. Infrastructure maintenance market of agricultural products is a key condition of food security, reduce social tension, stabilizing the national economy as a whole, improve ability to resist international competition.

Keywords: food market, marketing infrastructure, wholesale trade, commodity exchange, competitiveness, agro-commercial home.

УДК 631.11.009.12]; 631.152.

Т.А. Шубович, аспірант ПДАТУ

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглядаються аспекти управління конкурентоспроможністю; чинники, які на неї впливають; виділено основні підходи, які доцільно використовувати при управлінні конкурентоспроможністю аграрних підприємств, а також наголошено на підвищенні рівня вітчизняних аграрних підприємств в сучасний період.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, аграрне виробництво, сільське господарство, частка ринку.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Конкурентоспроможність є основою підвищення економіки і добробуту економічних суб'єктів. Характеризуючи чинники конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва, можна виділити, перш за все, відсутність державного регулювання аграрного ринку, негативний вплив природно-кліматичних умов, цінову політику, рівень впровадження інновацій, інвестиційну привабливість та ряд інших чинників. А тому проблема управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств, які є основним постачальником сільськогосподарської продукції та гарантом продовольчої безпеки держави, є однією з ключових у національній економіці, все це й набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. У розробку проблем формування конкурентоздатного аграрного виробництва значний внесок зробили вчені країн ближнього зарубіжжя та вітчизняні економісти. Результати цих питань оприлюднені в працях Г. Азоева, Д. Юданова, Р. Фатхутдинова, М. Портера, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, І. Ансоффа, К. Макконелла, С. Брю, А. Маршала, А. Томпсона, М. Маліка, Д. Доманчука, В. Месель-Веселяка, О. Нужної, Ю. Лузана, О. Шпичака, П. Саблука, О. Школьного, І. Червена. Однак, враховуючи мінливість умов господарювання, вказана проблема потребує постійного удосконалення та подальшого наукового дослідження.