

**П.Р. Пуцентейло,**  
к. е. н., старший викладач,  
Тернопільський національний економічний університет

## ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО РИНКУ

Україна зробила перші кроки на шляху до формування ринкових відносин в АПК. Нині перетворення на селі, пов'язані з трансформацією аграрного сектору економіки, вимагають від агропромислових формувань нових підходів до забезпечення та ефективного функціонування аграрного ринку з метою збуту продукції. Тому, на наш погляд, актуальною проблемою сьогодення є необхідність функціонування інфраструктури ринку, розвитку головних учасників цього процесу — сільськогосподарських товаровиробників.

Проблемам формування й розвитку інфраструктури ринків в аграрній сфері присвячені праці багатьох учених-економістів. До найвідоміших належать праці В. Бойка, П. Гайдуцького, Т. Дудара, С. Дуσανовського, Й. Завадського, Ю. Коваленка, М. Лобаса, І. Лукінова, М. Маліка, М. Портера, П. Саблука, А. Стельмащука, Л. Худолій, О. Шпичака, В. Юрчишина та ін.

Однак, незважаючи на велику кількість наукових розробок, постають проблеми теоретико-

практичного й організаційно-методичного характеру функціонування та розвитку інфраструктурного забезпечення сільськогосподарських і переробних підприємств у ринкових умовах. Саме ці проблеми визначили мету статті й окреслили коло досліджень.

Питання формування й розвитку інфраструктури аграрного ринку вивчалися на прикладі Тернопільської області. Обсяги виробництва валової продукції сільського господарства Тернопільської області наведено в табл. 1.

Згідно з даними табл. 1 провідне місце посідає продукція рослинництва, яка станом на 1.01.2005 року становила 1218,0 млн грн, продукція тваринництва — 727,7 млн грн. Найбільша частка належить господарствам населення — 1411,8 млн грн.

З переходом економіки країни до ринкових відносин державна централізована система обслуговування сільськогосподарського виробництва значною мірою замінена комерційними підприємствами інфраструктурного забезпечення. Ринкова інфраструктура агропромислового комплексу є системою

Таблиця 1

### Валова продукція сільського господарства Тернопільської області (у порівнянних цінах 2000 року, млн грн)

Показник	1990	2000	2003	2004	2004 до 2000, %	2004 до 2003, %
<i>Усі категорії господарств</i>						
Валова продукція, всього	3488,0	1922,7	1768,1	1945,7	101,1	110,0
у тому числі:						
продукція рослинництва	1925,1	1215,3	1062,5	1218,0	100,2	114,6
продукція тваринництва	1562,9	707,4	705,6	727,7	102,8	103,1
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>						
Валова продукція, всього	2277,9	504,2	411,4	533,9	105,8	129,7
у тому числі:						
продукція рослинництва	1437,9	401,4	336,0	461,9	115,0	137,4
продукція тваринництва	840,0	102,8	75,4	72,0	70,0	95,4
<i>Господарства населення</i>						
Валова продукція, всього	1210,1	1418,5	1356,7	1411,8	99,5	104,0
у тому числі:						
продукція рослинництва	487,2	813,9	726,5	756,1	92,8	104,1
продукція тваринництва	722,9	604,6	630,2	655,7	108,4	104,0
<i>Вироблено продукції:</i>						
на 1 особу, грн	2973	1667	1564	1732	103,8	110,7
на 100 га сільгоспугідь, тис. грн	330,6	184,6	174,5	193,6	104,8	111,0

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України

підприємств та організацій, що обслуговують сільськогосподарських товаровиробників. Вона створюється з метою здійснення певних функцій: оптова та роздрібна торгівля, транспортування, зберігання, стандартизація, сертифікація, інформаційне забезпечення тощо. Вартість виконання цих функцій пропорційно впливає на ціну, за якою продукція потрапляє до кінцевого споживача.

Важливо, щоб елементи ринкової інфраструктури були представлені не лише державою або приватними комерційними організаціями, але й сільськогосподарськими виробниками.

Процес розбудови інфраструктури аграрного ринку здійснюється високими темпами (табл. 2). За період 2000-2004 рр. кількість агроторгових домів збільшилася у 1,1 раза, оптово-продовольчих ринків — у 3,1, оптово-плодоовочевих — у 3,7, заготівельних пунктів — у 1,5, сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів — у 1,6, кредитних спілок — у 2,7, аукціонів живої худоби та птиці — у 2,5, виставок-ярмарків — у 3,3 раза.

З метою формування елементів інфраструктури аграрного ринку Тернопільська обласна державна адміністрація видала розпорядження від 20 липня 2003 року «Про заходи щодо прискорення формування та функціонування в області аграрного ринку» та розробила «Програму розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів у Тернопільській області». Нині в області функціонує Тернопільська агропромислова біржа, 11 агроторгових домів, 39 оптово-продовольчих і 31 плодоовочевий ринок, 30 кредитних спілок, 39 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, 1176 пунктів із заготівлі сільськогосподарської продукції в населення, 150 магазинів фірмової торгівлі та ряд інших формувань, організуються виставки-ярмарки, аукціони живої худоби та птиці. У 2005 р. створено 4 оптово-плодоовочевих ринки, 3 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативи, 8 заготівельних пунктів,

3 кредитні спілки. Наявні обслуговуючі кооперативи надали послуги на суму 409,7 тис. грн.

У 2005 р. пунктами по заготівлі сільгосппродукції заготовлено від населення 115,4 тис. тонн молока, що більше порівняно з 2004 р. на 13,1 тис. тонн (11 %), м'яса — 33,5 тис. тонн. У розрахунку на 1 корову в середньому по області закуплено 802 кг молока, м'яса на 1 сільський двір — 160 кг. Проте ще не всі населені пункти охоплені заготівлею сільськогосподарської продукції.

Слід розширювати мережу фірмової торгівлі, передусім з реалізації матеріально-технічних ресурсів. Хоча нині функціонує 150 фірмових магазинів, вони не забезпечені в повному обсязі асортиментом сільськогосподарської продукції та матеріально-технічних ресурсів.

Для ветеринарного обслуговування тварин у досліджуваній області налічується 129 ветеринарних аптек, 349 пунктів штучного осіменіння, у тому числі 238 надомних.

Для розвитку малого бізнесу, кредитування сільгосптоваровиробників і фермерських господарств в області функціонує 30 кредитних спілок, якими у 2005 році надано кредитів на суму 13,8 млн. грн.

У 2005 р. в Тернопільській області діяло 43 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативи, з них 21 — багатофункціональний (48,8%), 13 — сервісні (30,2%), 9 — переробних (21%), проте їх кількість, темпи створення й розвитку в сільській місцевості не можуть задовольнити попит сільськогосподарських товаровиробників на всі необхідні види послуг. До того ж у деяких районах припинили свою діяльність 11 обслуговуючих кооперативів.

Вищевикладене дає підстави для висновку, що ринкова інфраструктура АПК Тернопільщини знаходиться на стадії формування, а мережа інфраструктурних формувань за обсягами надання послуг не задовольняє зростаючих потреб сільськогосподарських товаровиробників і покупців (споживачів).

Таблиця 2

### Динаміка розвитку інфраструктури аграрного ринку України

Об'єкти інфраструктури	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2004 р. у % до 2000 р.
Товарні біржі	43	35	30	34	35	102,9
Агроторгові домів	355	381	431	437	408	114,9
Аукціони живої худоби та птиці	90	202	319	320	@223	247,8
Виставки-ярмарки	720	1493	2500	2184	2345	325,7
Оптово-продовольчі ринки	276	559	805	865	877	317,8
Оптово-плодоовочеві ринки	167	401	504	567	610	365,3
Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи	718	856	1037	1055	@1127	157,0
Заготівельні пункти	15903	20911	24840	24452	23610	148,5
Кредитні спілки	154	219	312	367	417	270,8

Джерело: розраховано за даними Міністерства аграрної політики України

чів) їх продукції. Крім того, загострилися проблеми формування матеріальної бази, її складових, забезпечення фінансовими й іншими ресурсами, виділення земельних ділянок, підбір приміщень, облаштування засобами зв'язку та ін. Тому доцільним слід вважати збільшення кількості об'єктів інфраструктури, насамперед обслуговуючих кооперативів, оптово-продовольчих ринків, центрів інформаційно-консультаційного забезпечення, фінансово-кредитних і страхових установ, а також доступності їх для зростаючої кількості приватних сільськогосподарських товаровиробників.

Становить інтерес така сервісна організаційна форма спільних дій, як сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, про що свідчить активний розвиток їх останніми роками. Дедалі більше сільськогосподарських товаровиробників — фермерів, великих агропідприємств різних форм власності та господарювання, власників особистих господарств беруть участь у створенні й діяльності обслуговуючих кооперативів або мають наміри вступити до таких формувань. Тим більше, що створення і функціонування такого кооперативу здебільшого не потребує великих матеріальних витрат, а його члени можуть надати лише невеликі пайові внески.

Разом з тим недостатній розвиток кооперації в аграрній сфері більшості регіонів свідчить, що сільськогосподарські товаровиробники не використовують наявних можливостей для реалізації індивідуальних інтересів через спільні дії. Відомо, що найдосконаліша форма таких дій — це використання формування, яке знаходиться у володінні та під контролем тих, хто користується його послугами. Саме такі формування мають загальноприйнятій

статус кооперативних. Вони дають змогу товаровиробникам одержувати прибуток від додаткової вартості на стадіях подальшого руху виробленої ними продукції, передусім переробки, та на засадах менеджменту конкурувати з іншими економічними суб'єктами на ринку.

**Висновки.** Для Тернопільської області характерним є створення нових форм господарювання; стабільне нарощування виробництва продукції у приватному секторі економіки. Важливим чинником їх подальшого розвитку є формування ефективно діючої ринкової інфраструктури, головне завдання якої — забезпечення ефекту ринкового механізму шляхом взаємодії суб'єктів господарювання, регулювання товарних потоків з метою досягнення соціально-економічної стабільності. Основними напрямками удосконалення ринкової інфраструктури є оптимізація діяльності інфраструктурних інституцій та удосконалення законодавчого забезпечення їх ефективного функціонування.

#### Список літератури

1. Азоев Г. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
2. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підруч. / Г.Н.Климко, В.П.Нестеренко, Л.О.Каніщенко та ін.; За ред. Т.Н.Климка, В.П.Нестеренка. — К.: Вища шк., «Знання», 1997. — 743 с.
3. Политическая экономия: Словарь / Сост. О.И.Ожерельев и др. — М.: Политиздат, 1990. — 607 с.
4. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А.Олійник, Р.Скільський. — К.: Основи, 1998. — 390 с.
5. Статистичний щорічник України 2004 / За ред. О.Г. Осауленка. — К.: Консультант, 2005. — 664 с.
6. Статистичний щорічник України 2005 / За ред. О.Г. Осауленка. — К.: Консультант, 2006. — 631 с.

УДК 658.8:330.342.3

**С.О. Ревенко,**

*Київський національний університет ім. Тараса Шевченка*

## ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

Формування ринкових відносин в Україні відбувається за наявності великої кількості товаровиробників і споживачів. Мета кожного з них — одержати максимальну вигоду: першому — якнайшвидше продати товар або послугу і одержати максимальний підприємницький дохід, другому — вчасно купити високого гатунку необхідний йому товар або одержати послугу за мінімальною ціною. Основною спрямованістю діяльності будь-якого підприємства є орієнтація на ринок, на попит споживачів. Виразником їх була і є споживча ціна товару або послуги, яка має забезпечувати як виробникові, так і споживачеві максимальний ефект. Тобто це зумовлює не-

обхідність принципово нового підходу до вирішення таких проблем, досконаліших засобів комерційної діяльності на основі широкого використання принципів та елементів маркетингу.

Деякі аспекти проблеми маркетингу розглянуті в працях І. Ансоффа, Л. Балабанової, Г. Доценка, Т. Дудара, О. Підвальної, Т. Примака, О. Романова, Л. Романової, М. Сахацького та ін. Проте не всі проблеми наукового і практичного змісту розв'язані, а тому потребують подальших додаткових вивчень і досліджень.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні сутності, функцій і напрямів стабільного й