

УДК 338.439.5

Павлишин Г.І., асистент

Львівський національний аграрний університет

РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ ОПТОВОГО ОВОЧЕВОГО РИНКУ

Розкривається проблеми та окремі їх напрямки з приводу формування оптового овочевого ринку та його інфраструктури. Процеси розглядаються в динаміці. Аналізується стан овочевого ринку Львівщини і робляться пропозиції щодо вдосконалення його діяльності.

Ключові слова: ринкова інфраструктура, оптовий ринок, овочепродуктовий ринок, інфраструктура овочепродуктового ринку, посередницькі структури.

Павлишин Г.И.

РОЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ОПТОВОГО ОВОЩНОГО РЫНКА

Раскрываются проблемы и отдельные их направления по поводу формирования оптового овощного рынка и его инфраструктуры. Процессы рассматриваются в динамике. Анализируется состояние овощного рынка Львовщины и делаются предложения по совершенствованию его деятельности.

Ключевые слова: рыночная инфраструктура, оптовый рынок, овощепродуктовый рынок, инфраструктура овощепродуктового рынка, посреднические структуры.

Pavlyshyn H.

INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT WHOLESALE VEGETABLE MARKET

It reveals some of the problems and trends over the formation of a wholesale vegetable market and its infrastructure. The processes considered in the dynamics. The condition vegetable market Lviv and made proposals to improve its operations.

Key words: market infrastructure, wholesale markets, vegetable market infrastructure vegetable market intermediaries.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливим науковим та практичним завданням. Перехідний період в українській економіці призвів до розпаду оптового овочевого ринку, а в чинних безпосередніх товаровиробників - втрачені необхідні

навики та вміння формувати вигідні умови для реалізації своєї продукції. Це сприяло виникненню стихійних різновидів реалізації городини через посередників. Вони активізували неконтрольовану посередницьку діяльність у сфері пропозиції та попиту і присвоєнню посередниками вагомій частини прибутку, та уникнення від оподаткування. Водночас сільський товаровиробник з аграрного ринку постійно витісняється, канали збуту монополізуються торговим і фінансовим капіталом. В них домінують тіньові схеми обміну, суттєво послабилися державні регулятори функціонування прозорого ринку. Ситуація усугубляється ще й тим, що в державі ще й досі не створено мережі досконалих посередницьких структур у сфері реалізації. Саме вони мали би гарантувати своєчасний збут виробленого на конкурентній основі та за вигідними цінами.

Аналіз останніх досліджень у яких започатковано вирішення проблеми. Науковому дослідженню формування та функціонування інфраструктури галузі овочівництва, методичним основам розрахунку забезпеченості економіки інфраструктурою присвятили свої дослідження: Б.В. Анісімов, Г.В. Боос, В.П. Василенко, А.С. Ганкін, Т.А. Григор'єв, С.С. Літвінова, А.Л. Оверчук, І.Я. Петренко, О. Тищенко, В.П. Федько.

Цілі статті. Завданням дослідження є визначення стану сучасної інфраструктури овочевого ринку та обґрунтування напрямів її розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сільське господарство в ринкових умовах розглядається як один із основних факторів економічного і, передусім, соціального розвитку. У сучасних умовах, це не тільки сфера продукування, це вже сфера бізнесу. Основним має бути не лише виробництво й успішна реалізація виготовленого. Для успішного функціонування і просування виробленого до кінцевого споживача потрібно створити злагоджену систему реалізації виробленого на основі ринків збуту сільськогосподарської продукції.

Особливість формування ринкових відносин у цій сфері економіки проявляється в тому, що сільське господарство, в т.ч. і овочівництво найбільше, порівняно з іншими галузями, залежить від кон'юнктури ринку. Водночас продовольчий ринок найбільш вразливий із соціальної точки зору, оскільки його розвиток безпосередньо пов'язаний з рівнем життя населення, його платоспроможністю.

Овочепродуктовий ринок і формується суб'єктами ринкових відносин — приватними і державними підприємствами, підприємствами системи заготівель, зберігання, транспортування, переробки і реалізації продукції. Залежно від особливостей суб'єкти ринку, які вступають у товарообмін, формують різні ринкові структури (оптовий, роздрібний ринки), забезпечують державну і кооперативну торгівлю або входять у більш складну систему товарообігу основних видів продукції (товарні біржі).

Розширення дії ринку супроводжується перебудовою системи ціноутворення та обороту товарів і формування нових ринкових структур. Ринкова ціна, що врівноважує попит і пропозицію, неминуче усуває з ринку певну кількість як покупців, так і продавців: для перших вона недоступна, для других - втратна. Такий антагонізм - важко вирішувана соціально-економічна проблема навіть для найбагатших країн. Для його згладжування, для пом'якшення соціально-економічних проблем залучається інфраструктура як виробнича, так і соціальна.

Ринок овочевої продукції для більшості населення залишався ринком деформованої структури попиту внаслідок низької платоспроможності більшості населення, ринком товарів низької якості. Тому виробляти українці навчилися, а продавати – ні, бо надзвичайно якісна, екологічно чиста та багата на смакові параметри сільськогосподарська продукція - неконкурентноздатна як на вітчизняному, так і на світових ринках через високу її собівартість і непомірну енерго- та ресурсомісткість, а також відсутність належної рекламної інформації та вміння торгувати. Тому, на внутрішньому ринку відбувається процес витіснення вітчизняної продукції імпортними товарами. Цей процес часто призводить до монополізації окремих сегментів внутрішнього споживчого ринку іноземними виробниками. Водночас, імпортна продукція здебільшого виявляється недоброякісною, а то й шкідливою. Процес реформування торговельної діяльності все більше набує нецивілізованих форм. Зокрема, наявне овочеве виробництво України функціонує в нових умовах, для яких характерним є відсутність централізованих державних закупівель, що до формування потрібних партій товару.

За останні 20 років майже повністю згорнуте великотоварне виробництво овочів, зруйнована інфраструктура овочесховищ, холодильників, плодоовочевих баз, що забезпечувала населення такою продукцією. Виробництво овочів, та їх реалізація в Україні

скоротилася вдвічі.

Ситуація, яка склалася викликає необхідність утворення мережі місцевих, регіональних і міжрегіональних оптових продовольчих (овочепродуктових) ринків - найбільших споживачів виробленого товаровиробниками. Саме вони мали би формувати ефективний ринковий механізм щодо прискорення просування овочевої продукції та продуктів її переробки до споживача. Такі ринки мали би позитивно впливати на якість, асортимент, стандарти; формувати торгівлю доробку, оптимізувати рівень цін, сприяти підвищенню конкурентоздатності, надходження коштів до бюджету за рахунок обмеження тіньової торгівлі та вагомішого насичення ринку вітамінним товаром.

Тому у 2009 р. був прийнятий Закон «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», а з 2010 р. вже йде інтенсивна робота по спорудженню таких ринків. На сьогодні статус оптового ринку присвоєно 11 суб'єктам господарювання.

Оптовий ринок — це не просто місце, де здійснюються купівля-продаж сільськогосподарської продукції, а один з найважливіших елементів маркетингової аграрної інфраструктури, завдяки якому здійснюється прозоре ціноутворення, розподіл потоків продовольчих товарів, зокрема й овочів. Це також важливий механізм забезпечення продовольчої безпеки країни, розвитку конкуренції, підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських товаровиробників, зменшення рівня тінізації економіки та інфляції. Реалізувати сільськогосподарську продукцію на оптових ринках в найкоротші терміни може будь-який виробник. Серед інших переваг таких об'єктів - сучасна інфраструктура.

Під інфраструктурою розуміють сукупність видів діяльності та відповідних суб'єктів, зайнятих обслуговуванням, в даному випадку сільськогосподарського виробництва. Виникнення інфраструктури є результатом розвитку продуктивних сил суспільства, поглиблення суспільного поділу праці. Високий рівень розвитку інфраструктури дає змогу з максимальною повнотою, комплексно використати весь виробничий потенціал, скоротити час перебування речових чинників у процесі виробництва та прискорити надходження товарів до сфери обігу, довести матеріальні блага до споживача та задовольнити його попит.

Інфраструктура овочепродуктового ринку – це сукупність спеціальних господарюючих суб'єктів, діяльність яких спрямована на

здійснення обігу товарів та послуг, забезпечення безперебійного функціонування ринкового механізму та їх інтенсифікацію. Вона покликана забезпечити цивілізовані умови та правила діяльності ринкових суб'єктів. Її елементи не нав'язані суб'єктам зовні, а породжені самими ринковими відносинами. Суб'єкти ринкової інфраструктури організаційно і матеріально забезпечують основні ринкові процеси: взаємний пошук суб'єктами ринкових відносин один одного, фізичне переміщення товарів, їх складування та зберігання, обмін товарів на гроші, рух грошових та інших платіжних засобів, а також виробничо-збутову та фінансову діяльність ринкових структур.

Продукція на оптовий ринок споживчого типу потрапляє з оптових виробничих ринків, через імпорт або постачається безпосередньо виробниками. Оптовий ринок постачає продукцію для роздрібної торгівлі (торговельні точки, базари, вулична торгівля), супермаркети, об'єкти громадського харчування, для оптових ринків, локалізованих в інших регіонах країни, для компаній-переробників сільськогосподарської продукції і на експорт.

Концентрація оптової торгівлі в одному місці зменшує витрати дистрибуції, оптову ціну, оптимізує роздрібну ціну. Додатково, оптовий овочевий ринок — це елемент, який зменшує рівень інфляції і надає стабільні місця роботи для тих, хто працює у підприємствах, розташованих на території оптового ринку. Це гарантія функціонування в майбутньому на території міста роздрібних базарів, дрібних крамниць і пунктів вуличної торгівлі.

Найкраще всього зарекомендувала б себе схема: один регіон/область — один оптовий ринок. Це допоможе щодня встановлювати середню ціну на даний продукт в даному регіоні, дозволяє витратити менші кошти на моніторинг контрольними службами і зменшувати витрати на функціонування компаній-оптовиків.

Оптовий овочепродуктовий ринок розглядається як партнер, а не конкурент для роздрібної чи вуличної торгівлі і базарів. Адже роздрібний покупець не має права входу на оптовий ринок.

Механізм руху овочевої продукції на вітчизняних оптових ринках мав би здійснюватися за допомогою спеціально створених служб. До них належить: інформаційна, розрахунково-фінансова, юридична, консультативна, громадського харчування, готельного господарства, транспортної мережі, державних засобів сертифікації та контролю за якістю овочевої продукції, тобто ринкової

інфраструктури, сформованої з багатьох різних непостійних елементів. Саме їй притаманне багатоканальне, різнопланове виробництво овочевої продукції значного асортименту, різних напрямків реалізації. Тільки різновекторність орієнтації виробників може задовільнити потреби споживача.

Формування сучасної ефективної інфраструктури ринку овочевої продукції без її практичних елементів - неможливе. До них належать: аукціони, торгово-промислові палати, торгові доми, біржі, ярмарки, брокерські контори, страхові та аудиторські фірми, холдингові компанії (рис.1).



Рис.1. Основні елементи інфраструктури овочевого ринку

На аукціонах у формі організації продажу овочевої продукції у визначений час і у визначеному місці виставляють товари підвищеного попиту для ознайомлення і для реалізації.

Торгово-промислові палати - це юридичні особи, які існують на самофінансуванні чи діють за принципом повного комерційного розрахунку. Їх головне завдання - сприяння розвитку економічних і торгових зв'язків із зарубіжними партнерами. Їх продукт - платна інформація [2].

Торгові доми - це торгові фірми, які закупають товари у виробників чи оптовиків своєї країни та перепродують їх роздрібним торговцям, безпосереднім споживачам та за кордон. Вони також

закуповують товари на зовнішніх ринках і перепродують їх своїм торговцям та споживачам.

Ярмарки - це також важливий елемент ринкової інфраструктури. Їх періодично організовували в установленому місці і в певний час. Згодом вони перетворилися в ярмарки-виставки зразків товарів, які можна замовляти.

Біржа - це організаційна форма ринку, на якому відбувається вільна торгівля товарами та послугами, формується загальна цінова кон'юнктура ринку для всіх ринкових суб'єктів на основі фактичного співвідношення пропозиції та попиту. Для здійснення операцій на біржі повинні бути зафіксовані три чинники: ціна, сума, строки поставок [2, с. 227].

Формування динамічної системи виробництва овочевої продукції з ринковою орієнтацією вимагає налагодження ефективної маркетингової діяльності овочепродуктового під комплексу [3, с. 26]. Тут мають бути задіяні всі складові маркетингу: виробництво продукції на основі знання потреб споживачів; ринкова ситуація та реальні можливості овочевого виробництва; найповніше задоволення потреб споживачів з використанням методів цінової та нецінової конкуренції.

На Львівщині вже зроблено перші кроки щодо формування ринкової інфраструктури у овочепродуктовому виробництві. Але через фінансову обмеженість сільськогосподарських підприємств, оптові ринки, як важливі інфраструктурні елементи, повинні створюватися із залученням потенційних засновників та співучасників такої акції, а також місцевих держадміністрацій. Таке багаточленство може забезпечити цілу низку найрізноманітніших послуг: відведення потрібної земельної ділянки; надання великих інвестицій, суттєвих капіталовкладень, залучення висококваліфікованих фахівців, використання дієвої реклами. За підрахунками авторів законопроекту "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції", для їх створення потрібно 30 - 40 млн гривень. За рентабельності у 8 - 10 % ці кошти можуть окупитися за 10 - 12 років [1].

За останні роки на Львівщині відбулися як кількісні, так і якісні зміни в процесі виробництва та маркетингу овочевої продукції: збільшилася кількість споживачів даного виду товару, формуються та розвиваються нові канали збуту, зростають вимоги щодо якості, кількості та асортименту, стабілізуються ціни. Суттєву роль починає відігравати система гуртової торгівлі та гуртові ринки зокрема,

чисельність яких зростає.

Щоосені у Львові протягом місяця проводяться сільськогосподарські ярмарки. На них особливо велика кількість овочевої продукції. Вона за своїми смаковими якостями, дешевизною та значним асортиментом не має собі рівних як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Однак, брак досконалого маркетингового супроводу гальмує просування її на ці ринки.

На сьогодні пропозиція продукції овочепродуктового підкомплексу Львівщини на внутрішньому ринку формується за рахунок вітчизняного виробника, який забезпечує трохи більше 50% товарообороту. Водночас ця пропозиція характеризується великою нестабільністю і має чітко виражену сезонну циклічність. Так, на літо припадає третина річного товарообороту овочевої продукції, на осінь - до 30 %, на зиму - 18 %, а на весну і того менше. Така строкатість пропозицій пояснюється тим, що вона формується в основному за рахунок природних чинників, а організаційно-менеджерські зведено до мінімуму. Ця проблема ускладнюється ще й тому, що в овочівництві економічний процес відтворення тісно переплітається з природнім.

Важливим завданням сільськогосподарських товаровиробників є не лише вмiле продукування, а й добре організований збут виробленого, який вимагає розвитку мережі ефективних маркетингових служб та інфраструктури оптового ринку [4]. Це досягається тим, що він повинен мати розвинуту систему управління, яка прискорюватиме процес просування продукції при одночасному створенні передумов для зниження її ціни шляхом збільшення обсягів товарообороту; надаватиме учасникам торгівлі приміщення, послуги, забезпечуватиме товаровиробників відповідними умовами для поліпшення якості, асортименту, умов пакування продукції тощо. Останнє є дуже актуальним як для власників ринку, так і для його користувачів.

Висновки. Для практичної реалізації зазначеного потрібне існування досконалої організації сфери обертання товарів, тобто доброго функціонування інститутів інфраструктури, які б забезпечили взаємовигідні економічні відносини як суб'єктів господарювання, так і безпосередніх споживачів виробленого. Отже, у контексті зазначеного, інфраструктура виробництва овочевої продукції - це сукупність відповідних інститутів, які надають спеціалізовані послуги суб'єктам господарювання у сфері виробництва, заготівель, зберігання,

транспортування, переробки, доробки і доставки готової продукції до споживача. Все це робиться з метою найкращої реалізації інтересів зазначених суб'єктів господарювання і подальшої інтеграції в єдину економічну макросистему. Основною макроекономічною функцією інфраструктури ринку овочівництва підвищення ефективності використання капіталу відповідних господарюючих суб'єктів у цій сфері.

1. Закон України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» // Відомості Верховної Ради України. – 2009. - №51. – Ст. 755.
2. Башнянин Г.І. Ринкова економіка: теоретико-практичні проблеми становлення в Україні. – Київ: ІСДО, 1996. – 382 с.
3. Криворучко В.І. Овочівництво України в умовах перехідної економіки / В.І. Криворучко, В. М. Скупий. - К. ІАЕ, 1999. - 356 с.
4. Сталхнет-Макеєва А. Секрети успіху на ринку плодоовочевої продукції. А. Сталхнет-Макеєва, С.В. Сидоренко // Агросвіт. - №3. – 2003.