Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

№ 2, 2014 Назад Головна

УДК 338.43:635.1/.8

Д. В. Грибова,
асистент кафедри економіки,
Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Богдана Хмельницького, м. Мелітополь

ФОРМУВАННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОГО ПОПИТУ ТА ТОВАРНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ НА ОВОЧЕВУ ПРОДУКЦІЮ

D. V. Gribova,
assistant to faculty of economy,
Melitopol state pedagogical university of Bogdan Khmelnitskiy, Melitopol

FORMATION OF SOLVENT DEMAND AND THE COMMODITY OFFER ON VEGETABLE PRODUCTION

Широке застосування прогресивних технологій обробки овочевої продукції стримується недостатнім розвитком матеріальної бази, відсутністю стабільних економічних механізмів функціонування галузі. В умовах кризи додатково виникла проблема відсутності планування і державного регулювання, що призводить до надвиробництва овочевої продукції в одних регіонах і недоліку в інших. Завданням даної статті є розробка пропозицій щодо формування платоспроможного попиту та товарної пропозиції на овочеву продукцію. Дослідження показали, що об'єми споживання овочевої продукції значно збільшилися. Великий розрив у цінах, особливо в післязбиральний період, можна пояснити тим, що частину овочів на ринок поставляють домогосподарства населення. При відсутності організованого збуту вони реалізують овочі через посередників, що істотно підвищує їхню ціну. В процесі дослідження біла зроблена оцінка думок і відносин споживачів в АР Крим щодо цільових категорій овочевої продукції. У завдання дослідження входило визначення зразкового розміру доступного ринку овочевої продукції в АР Крим, існуючої структури ринку, споживчих сегментів ринку, думок і переваг покупців щодо якості, асортименту, характеристик свіжої та переробленої продукції.

Wide application of progressive technologies of processing of vegetable production restrains insufficient development of material resources, absence of stable economic mechanisms of functioning of branch. In conditions of crisis there was a problem of absence of planning and state regulation that results in overproduction of vegetable production in one regions and lack of others. Problems of given article is development of offers on formation of solvent demand and the commodity offer on vegetable production. Researchers have shown, that volumes of consumption of vegetable production have considerably increased. The big break in the prices, it is especial in послеуборочный the period, it is possible to explain to that the part of vegetables on the market is delivered with economy of the population. At absence of the organized selling they realize vegetables through intermediaries, that raises their price. During research the estimation of opinions and relations of consumers in the Crimea concerning target categories of vegetable production has been made. The research problem included definition of the exemplary size of the accessible market of vegetable production in the Crimea, existing structure of the market, consumer segments of the market, ideas and advantages of buyers concerning quality, assortment, and characteristics of fresh and advanced production.

Ключові слова: *овочівництво, реалізація, виробництво, ціна, прибутковість, продукція, імпорт.*

Keywords: *vegetable growing, realization, manufacture, price, profitableness, production, import.*

Постановка проблеми. В АР Крим склалося таке положення, за якого населення споживає близько 45% овочів від нормативу, а виробники скорочують площі під овочевими культурами через неможливість їхнього збуту. Удосконалення системи реалізації дозволить знизити роздрібну ціну на овочі, збільшити обсяг товарної продукції та підвищити прибутковість галузі.

Загальна річна кількість овочевої продукції збільшується як за рахунок зростання виробництва поточного року, торішніх запасів, так і обсягу імпорту з інших регіонів країни. Характерно, що з розширенням виробництва, збільшується використання овочів на корм худобі, ростуть перехідні запаси на початок року. Пропозиція овочів перевищує попит. Це свідчить про те, що виробники зіштовхуються із проблемами щодо їхньої реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду економічних аспектів розвитку овочівницької галузі приділяється достатньо велика увага в роботах В.І. Бойка, М.П. Василенка, Гризенкова В.М., А.М. Лукьянченка, В.В. Таранова, Б.І. Умецького, Л.В. Федорової та інших. Головна увага зосереджується на вивченні ринкових відносин, можливого механізму функціонування, організації спеціалізованих овочевих ринків, покликаних обслуговувати виробничий процес.

Аналіз наукових праць свідчить, що однозначності поглядів на проблему формування платоспроможного попиту та товарної пропозиції в овочівницькій галузі, поки що немає. Тому в умовах перебування великої частини земель в оренді, постійної потреби коштів товаровиробниками існує потреба поглиблених наукових досліджень розвитку ринкових відносин в овочівницькій галузі.

Постановка завдання. Завданням даної статті є розробка пропозицій щодо формування платоспроможного попиту та товарної пропозиції на овочеву продукцію.

Виклад основного матеріалу. Потребу в овочевій продукції не можна визначити однозначно. Одночасно є дефіцит за деякими видами та надлишок за іншими. Це визначає необхідність міжрегіонального обміну надлишками продукції. Дослідження показують, що більше однієї третини овочів реалізується на колгоспних ринках і через власні підприємства торгівлі. Пайовикам продається 0,3-1 % реалізованої продукції за вартістю, на 30-35% нижче середньо реалізаційної

ціни (табл. 1)

Таблиця 1.
Реалізація овочевої продукції за окремими каналами в АР Крим за 2008-2012 рр., у % до загального обсягу реалізації

Канали реалізації	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.
Переробним підприємствам	2,1	1,5	1,2	–	–
На ринку	47,2	36,4	26,0	26,7	26,0
Населенню	1,0	0,5	0,3	0,5	0,3
Пайовикам	1,0	0,4	0,7	0,3	0,3
Інші канали	48,7	61,2	71,8	72,5	73,4

Збільшення кількості овочевої продукції, що продається за іншими каналами, наприклад через оптові овочеві бази, значно підвищую рентабельність реалізованих овочів.

Проблеми із збутом овочів зазнають певним чином малі форми господарювання. У цей час надлишки овочевої продукції, що наявні в господарствах населення, закуповуються індивідуальними підприємцями, а також підприємствами АР Крим. Нереалізована частина овочів використовується на харчування членами родини, рідними та близькими, які проживають в містах, а також на корм тваринам в особистому господарстві.

Несприятливе співвідношення попиту та пропозиції овочів впливає на рівень цін. Споживчі ціни значно перевищують ціни виробників. Це свідчить про те, що виробники овочевої продукції не мають можливості впливати на зміну ринкової кон'юнктури (табл. 2).

Слід зазначити, що на ринку овочевої продукції склалася вільна система ціноутворення і будь-якої системи державного регулювання цін або механізмів підтримки місцевих товаровиробників не існує. Дослідження показали, що об’єми споживання овочевої продукції значно збільшилися.

Таблиця 2.
Середні ціни реалізації овочевої продукції в АР Крим за 2008-2012 рр., грн./т

Види продукції	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2012р. у % до 2008р.
Овочі	3730,2	3071,0	3984,9	3331,6	3456,8	92,7
у тому числі помідори	4144,6	4077,8	4696,1	4049,6	4134,9	99,8
огірки	5434,2	5108,1	5978,6	6121,9	6274,1	115,5
цибуля на ріпку	1355,6	749,7	2220,0	2138,9	2246,2	165,7
капуста	1243,6	910,0	1959,3	1482,8	1672,6	134,5
морква	1279,8	1665,7	2259,6	2271,6	2346,3	183,3
буряк столовий	1101,8	1094,8	1785,0	1585,1	1679,3	152,4

Великий розрив у цінах, особливо в післязбиральний період, можна пояснити тим, що частину овочів на ринок поставляють домогосподарства населення. При відсутності організованого збуту вони реалізують овочі через посередників, що істотно підвищує їхню ціну.

При визначенні цінової політики можливий наступний вибір: продаж здійснюється за середньооптовими цінами міста, роздрібні торговці залучаються тільки для сервісних послуг (доставка до місця реалізації); ціна в порівнянні із середньооптовими знижується, що збільшує попит на продукцію та підвищує конкурентоспроможність в порівнянні з іншими оптовиками та продукцією.

Практично у всіх економічно розвинених країнах значна частина виробленої овочевої продукції реалізується через оптову ланку. Взаємодія з оптовими структурами вигідна як виробникам овочевої продукції, так і роздрібним торговельним підприємствам. У виробника знижуються витрати на реалізацію, відбувається концентрація ресурсів на технічному оснащенні та удосконаленні технологічних процесів [1].

При цьому забезпечується планомірність та надійність ринку збуту. У роздрібного торговця відпадає необхідність відволікання капіталу для товарних запасів, створення відповідних умов зберігання.

Спеціалізованим овочівницьким виробникам, що розташовані у приміських зонах, доцільно налагодити власну оптову торгівлю овочевою продукцією. Для цього можливо об'єднання господарств у збутові кооперативи. У цьому випадку надбавка в 50-60 % від роздрібної ціни не віддається посередникам, які часто несвоєчасно оплачують відвантажену продукцію.

Створення подібної структури на ринку овочів в АР Крим знизить роздрібну ціну на овочеву продукцію, що дозволить виробникам підвищити товарність вироблених овочів, більш успішно конкурувати із продукцією, що ввезена із країн ближнього та далекого зарубіжжя, одержувати більш високі доходи.

В процесі дослідження біла зроблена оцінка думок і відносин споживачів в АР Крим щодо цільових категорій овочевої продукції. У завдання дослідження входило визначення зразкового розміру доступного ринку овочевої продукції в АР Крим, існуючої структури ринку, споживчих сегментів ринку, думок і переваг покупців щодо якості, асортименту, характеристик свіжої та переробленої продукції.

Важливим є не тільки одержання кількісних показників споживчого попиту, наприклад таких, як потенційна ємність кожного сегменту овочевого ринку, але і оцінка якісної сторони цього питання - визначення вимог і очікувань споживачів щодо якісних характеристик продукції, її зовнішнього вигляду, розміру тощо.

Об'єктом дослідження були населені пункти АР Крим, чисельність населення яких становить понад 50% від чисельності жителів республіки. В дослідженні був використаний метод опитування покупців у супермаркетах та по телефоні. Опитуванням охоплено 1300 респондентів.

Нами вивчено думки оцінки покупців наступних параметрів продукції: виробники, місця покупок, оцінка споживчих характеристик, сприйняття якості. У ході опитування, з метою визначення ринкових перспектив розвитку місцевих виробників, вивчалося відношення споживачів до таких категорій овочевої продукції: свіжі овочі, консервована овочева продукція та томатна паста.

У результаті дослідження встановлено, що частина домогосподарств, регулярно (не рідше 1 раз на тиждень) купує будь-яку овочеву продукцію (неважливо місцеву або зарубіжну), становить 82% (1067 з 1300 опитаних домогосподарств).

Частина покупців промислової продукції дуже велика (73% від загальної кількості респондентів). Найбільш популярною промисловою овочевою продукцією є салати, томатна паста, мариновані овочі, лечо.

Згідно опитування, 64% респондентів віддають при покупці перевагу продукції вітчизняних виробників, що свідчить про кредит довіри споживачів до місцевих виробників і переробників. Також визначено, що 17% покупців не мають поки чітких переваг у виборі виробників і можуть згодом переходити в ту або іншу групу споживачів.

На вибір місцевої овочевої продукції покупцями впливають, насамперед, її смакові якості, порівняно невисока ціна, а також загальна якість та екологічна чистота продукту.

На відміну від покупців місцевої продукції, основною причиною переваги зарубіжної овочевої продукції є більш привабливий зовнішній товарний вид продукту. Саме із цієї причини віддають перевагу зарубіжним виробникам 47% відданої групи покупців.

Результати показали, що для найбільшого числа покупців якісна продукція асоціюється, насамперед, з високими смаковими якостями самого продукту. Наступною за частотою згадування важливою характеристикою якісної овочевої продукції для покупця є строк її зберігання. Свіжість овочевої продукції, як не дивно, найменше асоціюється у покупців з високою якістю продукції.

Для оцінки покупцями важливості для них різних якостей овочевої продукції використалася шкала від 1 до 5, де 1 означав «Зовсім неважлива», 2 - «Неважлива», 3 - «Скоріше неважлива», 4 -«Важлива», 5 - «Дуже важлива». Відповідно до отриманих результатів, при виборі продукції для покупки для респондентів найбільш важливі такі якості продукту як: 1 - свіжість, 2 - екологічна чистота, 3 - зовнішній вигляд продукції, 4 - ціна.

Всі зазначені характеристики були оцінені як дуже важливі найбільшою кількістю покупців. Причому слід зазначити той факт, що ціна, всупереч

очікуванням, не є критичною характеристикою для споживача при виборі овочевої продукції.

У ході дослідження встановлено, що значна частка домогосподарств в АР Крим традиційно має намір заготовлювати плодоовочеву продукцію для особистого споживання в домашніх умовах. Цьому сприяють такі фактори, як наявність у багатьох домогосподарств дачних ділянок і городів, прийнятні ціни на овочі в літній та осінній періоди.

Оскільки домашня заготівля овочевої продукції досить поширена і є однією з основних причин відмови від покупки промислової овочевої продукції, ми порахували потрібним розглянути дане питання більш детально і відобразити частку тих, хто займається консервуванням в домашніх умовах, а також причини консервування та відмови від нього.

З метою з'ясування частки домогосподарств, що займаються консервуванням овочевої продукції в домашніх умовах, респондентам було задане наступне питання: «Чи консервуєте ви овочеву продукцію в домашніх умовах?». Більш ніж 75% респондентів позитивно відповістили на дане запитання.

Однак наявність високої частки домогосподарств, що консервують овочеву продукцію самостійно, зовсім не означає, що частка споживачів овочевої продукції промислового виробництва дуже мала. Результати дослідження показали, що 81% від числа тих, хто консервує продукцію в домашніх умовах, також і купують промислову або приватну овочеву продукцію.

Переважна більшість респондентів (54%) заготовлюють овочеву продукцію з міркувань економії, оскільки витрати на продукцію промислового виробництва значно перевищують витрати на заготівлю такої продукції в домашніх умовах. Також вагомими причинами є недовіра до якості наявної на ринку промислової продукції та незадоволеність її смаковими якостями. Серед інших причин були названі: наявність у родинах своїх власних рецептів, екологічна чистота домашньої продукції тощо.

Розвитку ринку овочевої продукції сприяють зростання пропозиції, розширення асортименту та диверсифікованість. Місця реалізації свіжих овочів представлені місцевими сільськогосподарськими ринками, спеціалізованими овочевими магазинами, пунктами роздрібної торгівлі [4].

Поява продовольчих супермаркетів і спеціалізованих овочевих магазинів на ринку АР Крим значно впливає на особливості торгівлі овочами, їхній асортимент, сезонність продажу, свіжість і розфасовку.

Аналізуючи результати опитування, ми звертали увагу на демографічні та соціальні особливості респондентів. Це певним чином дозволило скласти портрет середнього покупця супермаркету. Як показують дослідження, 27% опитаних респондентів мають рівень доходів від 800 до 1200 грн. на місяць на 1 члена родини.

Висновки. Встановлено, що на ринку овочевої продукції склалася вільна система ціноутворення і будь-якої системи державного регулювання цін або механізмів підтримки місцевих товаровиробників не існує. Дослідження показали, що об'єми споживання овочевої продукції значно збільшилися. Великий розрив у цінах, особливо в післязбиральний період, можна пояснити тим, що частину овочів на ринок поставляють домогосподарства населення. При відсутності організованого збуту вони реалізують овочі через посередників, що істотно підвищує їхню ціну.

В процесі дослідження біла зроблена оцінка думок і відносин споживачів в АР Крим щодо цільових категорій овочевої продукції. У завдання дослідження входило визначення зразкового розміру доступного ринку овочевої продукції в АР Крим, існуючої структури ринку, споживчих сегментів ринку, думок і переваг покупців щодо якості, асортименту, характеристик свіжої та переробленої продукції.

Література.

1. Андрусяк Н. О. Економічна ефективність виробництва овочів / Н. О. Андрусяк // Зб. наук. праць Уманського державного аграрного університету. - 2005. – Вип. 61. – С. 54–59.

2. Катюха Д.М. Економіко-фінансові аспекти та технологічні основи виробництва екологічно-чистої продукції овочівництва закритого грунту / Д.М. Катюха // Вісник аграрної науки Причорномор'я. - 2001– №3(12). - Т 2. – С. 156 – 160.

3. Кваша С.М. Короткий аналіз ситуації на плодоовочевому ринку України / С.М. Кваша, А.І. Суховій// Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2009. – Вип. 4 (51). – С. 48-51.

4. Лисюк В. В. В овочівництві повинен бути цивілізований ринок / В. В. Лисюк // Агроперспектива. – 2001. – № 11. – С. 12–14.

References.

1. Andrusyak, N.O. (2005), "Economical effective of manufacture of vegetables", *Zbirnik naukovih prac' Umanskogo dergavnogo agrarnogo universutetu*, vol. 61, pp. 54-59.

2. Katyuha, D.M. (2001) "Economical, financial aspects and technological bases of manufacture of ecology production of vegetable growing of the closed ground", *Vistnuk agrarnoy nauku Prichornomorya*, vol. 3 (12), pp. 156 - 160.

3. Kvascha, S.M. and Suhoviy, A.I. (2009) "The short analysis of situation in the fruit-and-vegetable market of Ukraine", *Vistnuk agrarnoy nauku Prichornomorya*, vol. 4 (51), pp. 48-51.

4. Jlisyuk, V.V. (2001) "In vegetable growing should be civilized the market", *Agroperspectiva*, vol. 11, pp. 12-14.

Стаття надійшла до редакції 09.02.2014 р.

ТОВ "ДКС Центр"