

ПРО СТВОРЕННЯ ОПТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВИ УСПІШНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ В АГРОСЕКТОРІ АВТОНОМНОЇ РЕСПУБЛІКИ КРИМ

У статті доводиться необхідність створення оптових ринків європейського рівня на території регіонів України і в АР Крим як дієвого механізму на шляху реалізації кластерного підходу розвитку вітчизняної регіональної економіки. Надається увага видам та існуючим рисам оптових продажів та наводиться досвід окремих країн. Робляться висновки щодо доцільності започаткування першочергових, в тому числі дослідницьких заходів щодо створення першого регіонального аграрного оптового ринку в Криму.

Ключові слова: кластери, аграрне виробництво, оптові ринки, логістика, ринкова інфраструктура, кластерний підхід, стратегічний розвиток, регіон.

There are necessity of creation of wholesale markets of the European level in the regions of Ukraine and the Crimea as an effective mechanism in implementing the cluster approach is the development of domestic regional economy. The attention is paid to the existing features of the species and wholesale sales and is the experience of individual countries. There are Conclusions about the advisability of priority, including research activities to establish the first regional agricultural wholesale market in the Crimea.

Keywords: clusters, agricultural production, wholesale markets, logistics, market infrastructure, the cluster approach, strategic development, area.

Вступ. Кластери як форма організації економічної системи є характерною ознакою сучасної конкурентоспроможної економіки. Кластери в сучасних умовах посилення конкуренції на глобальних ринках являють собою фундаментальну організаційну основу для реалізації ключових принципів становлення національної та регіональної економіки і відповідної розробки стратегій соціально-економічного розвитку регіонів.

Розуміння конкурентних переваг нових виробничих систем і активне формування регіональних інноваційних кластерів відкриває перед регіонами нові перспективи динамічного економічного розвитку та успішного подолання «викликів» з боку конкурентів.

Питанню становлення та розвитку сталого аграрного ринку приділяли значну увагу такі відомі українські науковці, як О. Березін, П. Борщевський, Л. Дейнеко, А. Дібров, З. Залога, К. Купалова, П. Саблук, Д. Синок та інші.

Проте на сьогодні гостро постає питання досконалого розвитку аграрної сфери виробництва як однієї з точок динамічного зростання економіки як країни в цілому, так і її регіонів. І на нашу думку, саме кластерний підхід в організації такого розвитку може стати надійним поштовхом щодо докорінних

змін, розвитку інноваційних технологій та впровадження новітніх ідей.

Постановка завдання. Аграрний сектор займає важливе місце в економіці України, тут виготовляється 11-15% валової продукції, 12-16% доданої вартості, однак прагнення України до інтеграції у світове господарство передбачає реформування всіх сфер народного господарства, в тому числі аграрного сектору країни. Адже від розвитку агропромислового виробництва залежить продовольча безпека держави, а рівень і якість забезпечення населення продуктами харчування безпосередньо впливають на соціальне становище у суспільстві та здоров'я нації загалом [1, с. 45].

Мета статті – розглянути один із шляхів створення нової форми організації бізнесу і взаємодії всіх ланок виробництва з державними інституціями завдяки кластерному підходу.

Результати. У ринковій економіці оптові ринки є одним з найважливіших елементів системи руху товарів, інструментом, який упорядковує і стимулює розподіл сільськогосподарської продукції.

У більшості країн світу функції оптового ринку схожі, відрізняються вони лише етапом розвитку і оточенням ринку, рівнем організованості виробників і структурою роздрібною торгівлі. Виділяють наступні види оптової торгівлі, зокрема сільськогосподарсь-

кою продукцією:

- оптові ринки споживчого типу (постачальні);
- оптові ринки виробничого типу;
- оптові ринки змішаного типу;
- аукціони;
- оптовий продаж типу cash&carry;
- товарні біржі.

Розглянемо детальніше існуючі види оптових продажів та досвід окремих країн. Отже, оптові ринки споживчого типу здебільшого розташовані у великих містах. Як правило, вони виникають на місці колишніх ринків оптово-роздрібного характеру або на місці оптових ринків змішаного типу.

На оптовому ринку такого типу розташовані об'єкти, у яких оптовики продають свої фрукти та овочі, квіти, м'ясо, рибу та інші продукти; пакувальні, спеціалізовані та логістичні склади; інші об'єкти, необхідні для відповідного розподілу (мийки вантажних автомобілів, точки закупівлі, упакування, місця для сортування сміття тощо). На оптовому ринку перебувають усі контролюючі служби, відповідальні за належний оборот продуктів харчування.

На ринку споживчого типу не використовується торгівля з автомобілів. Товар від виробника попадає безпосередньо до оптовика (агента, представника об'єднання виробників). У сусідстві з оптовим ринком виникають експедиційні фірми, логістичні склади великих торговельних мереж, інші об'єкти. Згодом оптовий ринок перетвориться в елемент великого логістичного центру.

Оптовий ринок виробничого типу часто створюють із ініціативи виробників, місцевої влади, аграрних організацій. Ініціативи такого типу підтримуються державними органами. Такі ринки часто виникають у невеликих населених пунктах, де інтенсивно вирощують овочі та фрукти. Головним завданням ринку є організація закупівлі продуктів у місцевих виробників. Ринок має в користуванні склади, машини для сортування, упакування.

Слідством виникнення оптового ринку є інтеграція місцевих виробників, спеціалізація в проведенні, підвищення якості вирощуваних овочів і фруктів.

Учасниками цього ринку є виробники, виробничі організації, фірми, що займаються закупівлею та зберіганням товарів, малі й середні оптовики, що займаються продажем і розподілом товарів у даному регіоні. Основним елементом ринку є майданчик, на якому відбувається продаж безпосередньо з автомобілів.

Змішана модель – це сільськогосподарський оптовий ринок, який має майже всі елементи спожив-

чого та виробничого (фермерського) ринку. На оптовому ринку є певне місце, де ведеться продаж безпосередньо з машин. Модель оптового ринку змішаного типу є найбільш ефективною формою інфраструктури в таких країнах, як Польща, Україна, Румунія, Болгарія й у багатьох інших країнах, усюди там, де виробники сільськогосподарської продукції не організовані, де не виникли ринки виробничого типу. Виникнення ринку змішаного типу стимулює виробників організовуватися в групи виробників і інших організацій, які дозволяють продавати більш ефективно й рентабельно. Це перехідна модель між типовим споживчим ринком і ринком виробничим (фермерським).

Під аукціоном слід розуміти місце, де за наявності товару продається партія однорідного продукту через публічні торги. Це дуже популярна форма продажу в Голландії. Аукціони існують також і в інших країнах. Вважається, що в майбутньому це буде домінуюча форма оптового продажу. Умовою ефективного функціонування аукціону є велика кількість виробників середньої величини та велика кількість покупців. Якщо цю пропорцію порушено, ринок аукціону функціонує зі збитком для виробника.

На думку експертів, такого типу форма продажу не може бути ефективно застосовано в таких країнах, як, наприклад, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія, Болгарія або в Україні, адже рівень організації виробників в цих країнах є занадто низьким. Крім цього, пропоновані продукти є низької якості, погано сортовані, не мають відповідних сертифікатів тощо. Особливо це стосується аукціонів із продажу овочів, фруктів і квітів.

Продаж типу cash&carry – це сучасна, агресивна форма оптового та дрібнооптового продажу. Прийнятна вона для комерційних фірм зі значним капіталом. Прикладом таких фірм є METRO, де пропонують повний асортимент товарів, у тому числі продовольчих, промислових, побутової хімії тощо. Ці фірми закуповують великі партії товарів, часто через централізовану систему закупівлі, із призначенням як для всієї торговельної мережі в даній країні, так і у випадку деяких продуктів із призначенням для більшої кількості країн. Ця, дуже професійна форма закупівлі, віддає перевагу тільки великим постачальникам.

Вважаємо, що створення організованих оптових продовольчих ринків необхідно розглядати як механізм гарантованого збуту продукції вітчизняних товаровиробників і умову успішної реалізації кластерного підходу в розвитку аграрного сектору економіки.

Світовий та поки ще невеликий вітчизняний досвід демонструє такі позитивні моменти виробничо-

торгових систем на основі кластерних моделей. По-перше, кластери здатні забезпечувати поєднання у виробництві конкуренції із кооперацією, вони показують «колективну ефективність», створюють «гнучку спеціалізацію». По-друге, кластери будуються на використанні ефекту масштабу. По-третє, кластери – це точка зростання, стимулятор технічного прогресу. І по-четверте, кластери являють собою механізм зростання регіональної та національної конкурентоздатності.

Історичний досвід більшості закордонних країн показав, що сьогодні самою прийнятною та оптимальною системою розподілу швидкопсувної продукції є та, у якій ключовою ланкою виступає оптовий продовольчий ринок, який, на наш погляд, можна розглядати як первинну ланку на шляху створення аграрно-торговельного кластеру.

Тому не випадково уряд таких країн, як Франція, Іспанія, Німеччина, Японія, Австралія активно та багатогранно бере участь у створенні оптових продовольчих ринків: починаючи від великомасштабного фінансування і закінчуючи прийняттям законів і нормативних актів, які стимулюють їхнє ефективне функціонування та розвиток.

Що стосується України, то на її території зареєстровано чотири оптові ринки сільськогосподарської продукції – у містах Львів (ринок «Шувар», площа ринку – 400 га; кількість працюючих на ринку суб'єктів господарювання – 400; середня кількість автомобілів, що в'їжджають – 200-670), Київ («Столичний ринок»). Передбачається, що буде працювати на споживачів центру України. Можливі строки завершення проекту 2011-2013 р. Після завершення проекту планується, що ринок буде займати площу 160 га, з оборотом свіжих овочів і фруктів близько 2 млн. тонн, 120 тонн риби і 380 тонн м'яса на рік), Донецьк (ринок «Господар», площа ринку – 35 га, витрати на будівництво – 388 млн. грн., термін окупності проекту – 7,5 років, початок роботи першої черги – 2011 р.) і Запоріжжя (ринок ТОВ «Агробізнес – Запоріжжя»).

Крім цього оприлюднено інформацію, що планується будівництво оптових ринків сільськогосподарської продукції в Харківській області, де в цей час функціонує оптовий ринок «1-й кілометр», який займає площу 23,6 га і здатний одночасно прийняти 895 автомобілів.

У Херсонській області функціонує великий оптовий ринок «Копани», існує ще 4 проекти зі створення оптових ринків сільськогосподарської продукції, один з яких буде розміщений у м. Херсон – площа ринку не менш 120 га, вартість проекту – 8 млрд. грн.

Що стосується Автономної Республіки Крим, то аналіз структури внутрішнього споживання авто-

номії показує, що торговельну діяльність суб'єктів господарської діяльності орієнтовано на реалізацію продукції вітчизняного виробництва.

За даними Головного управління статистики в Автономній Республіці Крим питома вага реалізації продовольчих товарів, вироблених в Україні, за 2009 рік склала у загальному обороті продовольчих товарів 90,6% [2].

Найбільшу питому вагу в реалізації продовольчих товарів вітчизняного виробництва займають м'ясо яловичини та свинини, м'ясо птахів, молоко й молокопродукти, борошно, крупи, плоди і ягоди, алкогольні та безалкогольні напої, кондитерські вироби.

Було проаналізовано і виявлено, що основні обсяги продовольчих товарів реалізуються населенню автономії за наступними каналами:

- через мережі, що активно розвиваються на території Криму, супермаркети і магазини великого формату (113 одиниць);
- роздрібну торговельну мережу середнього і малого форматів (7047 одиниць);
- продовольчі та змішані ринки, через які населенню реалізуються основні обсяги сільськогосподарської продукції. В Автономній Республіці Крим функціонує 119 ринків (32 тис. торговельних місць), на яких населенню реалізуються продовольчі товари.

У регіонах республіки практично відсутня спеціалізована торговельна мережа з реалізації плодово-овочевої продукції та продукції її переробки.

Що стосується реалізації продукції кримських товаровиробників, слід зазначити, що їх питома вага вкрай низька. До факторів, що стримують збільшення обсягів реалізації продукції кримських виробників можна віднести:

- обмежений асортимент продукції;
- невиконання виробниками договірних зобов'язань за обсягами поставок;
- недосконалість цінової політики підприємств виробників (оптово-відпускні ціни на аналогічну продукцію товаровиробників інших регіонів України нижче в порівнянні із цінами на продукцію, вироблену в Криму);
- відмова або неможливість товаровиробників забезпечити систематичні поставки продукції в торговельні мережі дрібними партіями, дотримуючись однорідності партій і стабільної якості продукції;
- встановлення підприємствами торгівлі додаткових фінансових умов для товаровиробників за можливість представити свій товар на прилавках;
- жорсткі умови оплати – максимальні відстрочки платежів при мінімальних оптових цінах на пропонувану продукцію (відстрочка платежів навіть у

найбільших мережних супермаркетах з досить значним оборотом і значними щоденними виторгами становить у середньому 45 днів, найбільше в такій ситуації страждають виробники стратегічних продуктів, з короткими строками реалізації, таких як хліб, молоко, яйця);

- тверді критерії великих торговельних підприємств до якості продукції, умов поставки та пакування;

Одним з найбільш дієвих шляхів розв'язання

більшості вищезгаданих проблем ми вбачаємо створення на території Автономної Республіки Крим регіонального оптового ринку сільськогосподарської продукції.

При цьому під час прийняття управлінських рішень щодо вищевикладеного ми підтримуємо думку С. Майстро [3, с. 54-55] щодо доцільності проведення попереднього аналізу такого підходу завдяки моделі, що наведена на рис. 1 (було вдосконалено автором).

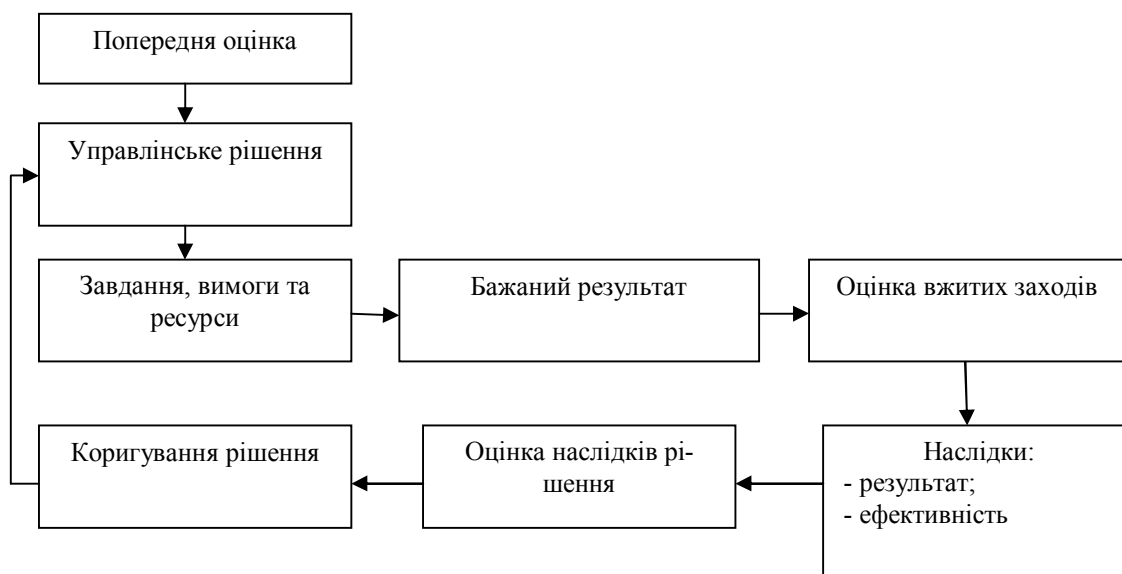


Рис. 1. Модель прийняття рішення щодо створення регіонального оптового ринку (кроку до організації аграрного кластеру)

В Автономній Республіці Крим функціонують шість ринків, що здійснюють оптовий продаж сільськогосподарської продукції: у Кіровському районі (м. Старий Крим), два ринки в Нижньогірському районі (с. Желябовка і с. Садове), у містах – Керч, Сімферополь, Красноперекоськ. Загальна площа ринків – 135,685 тис. кв. м, загальна кількість торговельних місць – 910 (середня заповнюваність у першому півріччі 2011 р. – 56,7%).

У найближчій перспективі бачиться відкриття оптового ринку із продажу сільгосппродукції в місті Джанкої, у Сакському, Радянському і Білогірському районах.

Разом із тим, відповідно до чинного законодавства, вищезгадані ринки не можуть бути віднесені до категорії оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Це пояснюється тим, що відповідно до Закону України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» статус оптового ринку сільськогосподар-

ської продукції надається центральним органом виконавчої влади з питань аграрної політики. Юридична особа, яка не одержала зазначений статус, не має права використовувати у своєму найменуванні термін «оптовий ринок сільськогосподарської продукції» [4].

У якості критеріїв, відповідно до яких надається статус оптового ринку сільськогосподарської продукції, визначено наступні:

- економічна доцільність розміщення оптового ринку сільгосппродукції на відповідній території;
- результати аналізу бізнес-плану організації діяльності юридичної особи в статусі оптового ринку та механізму його реалізації;
- фінансово-економічне обґрунтування вартості і терміну реалізації бізнесу-проекту [4].

За своєю сутністю та цільовим призначенням оптовий ринок сільськогосподарської продукції повинен забезпечувати:

- складування, зберігання, відвантаження і доставку партій сільськогосподарської продукції, фор-

мування стандартизованих оптових партій;

- контроль над якістю сільськогосподарської продукції;

- надання операторам оптового ринку сільськогосподарської продукції достовірної інформацією щодо кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції та споживчих якостей продукції;

- узагальнення та поширення достовірної інформації щодо попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції, рівнів цін на неї;

- організацію виставок, тренінгів, семінарів, конференцій, навчальних курсів, конкурсів;

- надання продавцям і покупцям необхідної вантажно-розвантажувальної техніки, ваговимірювального та іншого необхідного встаткування;

- охорону майна операторів оптових ринків сільськогосподарської продукції;

- надання інших послуг, необхідних для просування сільськогосподарської продукції по каналах реалізації.

З цього випливає, що у своїй структурі оптовий ринок сільськогосподарської продукції повинен мати такі складові:

- спеціалізовані термінали дрібнооптової торгівлі сільськогосподарською продукцією з рампами для розвантаження і навантаження продукції;

- майданчик для торгівлі продукцією з автомобілів;

- складські приміщення для передпродажного зберігання продукції (склади із заданими параметрами зберігання, рампами, шляхами підвозу і маневрів, інфраструктурою);

- логістичну платформу для формування однорідних партій товару і передпродажної підготовки продукції (склади, технологічні лінії для сортування, вибракування, мийки, розфасовки, штабелювання тощо);

- офісно-сервісний центр для обслуговування діяльності операторів ринку;

- виставкові зали для проведення тематичних і постійно діючих виставок (виставкове встаткування, вантажні ліфти, централізована система акліматизації);

- конференц-зали для проведення конференцій, семінарів, навчань, (устаткування для роботи, Інтернет і зв'язок);

- Інтернет-ресурси для оперативного відображення існуючої ситуації на ринку і допомоги клієнтам у прийнятті рішень;

- зали аукціонних і біржових торгів, інша необхідна інфраструктура.

Наявність статусу оптового ринку сільгосп-

продукції дає можливість (відповідно до Порядку використання коштів зі Стабілізаційного фонду для надання державної фінансової підтримки) одержання безповоротної державної фінансової підтримки для компенсації видатків, пов'язаних із:

- розробкою проектно-кошторисної документації, у тому числі на роботи з будівництва об'єктів інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції;

- будівництвом під'їзних колій до території оптового ринку сільськогосподарської продукції, мереж водо- і електропостачання, інших комунікацій загального призначення;

- викупом земельних ділянок, об'єктів виробничого та невиробничого призначення, торговельних і адміністративних будинків (приміщень), інших об'єктів інфраструктури з метою розміщення і забезпечення функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції;

- створенням (впровадженням) системи інформаційного забезпечення діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції;

- виплатою компенсації в розмірі до 50% обсягу видатків на придбання встаткування, у тому числі іноземного виробництва, для комплектування і облаштування оптових ринків сільськогосподарської продукції і видатків на оплату будівельно-монтажних або інших робіт, товарів і послуг, пов'язаних з будівництвом оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Висновки. Світовий досвід доводить, що створення оптового ринку сільськогосподарської продукції – це лише перший етап перебудови каналів руху товарів. Подальший їхній розвиток іде в напрямку поглиблення спеціалізації та зміцнення. Оптові продовольчі ринки обростають сховищами і перетворюються в центри розподілу продовольства.

Наприклад, у цілому у Франції, частка оптових ринків в оптовому обороті овочів і фруктів становить до 50%, у Японії – 75%.

У більшості країн оптові ринки позиціонуються більшою мірою як інструмент розподілу швидкокопсувної продукції – м'яса, овочів, фруктів, риби й морепродуктів, квітів. Бакалійні товари представлені на них як супутні – для зручності споживача придбати все в одному місці.

Поряд з ними продовжують діяти товарні біржі, оптові ярмарки-виставки на державному, міжрегіональному та регіональному рівнях. Одночасно формуються канали прямих поставок продовольчих товарів у систему роздрібно торгівлі, минаючи оптові ринкові системи. Усе це забезпечує конкуренцію й різноманітність каналів руху товарів.

У зв'язку з вищевикладеним, з метою збільшення обсягів реалізації продукції кримських виробників, вважаємо за доцільне на регіональному кримському рівні, в межах першочергових, провести наступні заходи. По-перше, створити робочу групу щодо розробки проекту створення в автономії регіонального оптового ринку сільськогосподарської продукції. По-друге, визначити асортименти товарів кримських виробників, які за своїми показниками та рівнем якості відповідають імпортним зразкам і користуються попитом у населення, передбачивши, разом з підприємствами – виробниками, збільшення їх виробництва та поставок на внутрішній ринок Авто-

номної Республіки Крим.

Кримськими науковцями у взаємодії з регіональним урядом ведеться робота щодо вивчення можливостей створення кластерних моделей в деяких галузях та сферах діяльності відповідно до основних пріоритетів розвитку автономії. Вважається, що не всі галузі на сьогодні в змозі реалізувати амбітні завдання шляхом створення кластерів. Але ж ми вважаємо, що саме створення повноцінного оптового ринку європейського рівня з розвинутою системою логістики і інфраструктури дозволить започаткувати роботу щодо створення аграрного кластеру в регіоні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Березін О. В. Проблеми формування продовольчого ринку України : Монографія. / О. В. Березін. – К. : Вища школа. – 2007. – 211 с.
2. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат України : [за ред. О. Г. Осаулєнка]. К. : Консультант. – 2010. – 498 с.
3. Майстро С. В. Національний аграрний ринок в умовах глобалізації : механізм державного регулювання. Монографія. / С. В. Майстро. – Х. : Магістр. – 2009. – 240 с.
4. Закон України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» від 25 червня 2009 р. № 1561-VI. // Відомості ВРУ – 2009. – № 51. – ст. 755.



УДК 338.5:631.002.6

БУРДЕЙНА Н.М. канд. екон. наук, доцент
Одеський державний аграрний університет

ЦІНОУТВОРЕННЯ І ЦІНИ НА ПРОДУКЦІЮ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

В статті розглянуті теоретичні аспекти процесу ціноутворення на продукцію сільського господарства. Проаналізований сучасний стан розвитку аграрного ринку.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, собівартість, цінова політика, аграрний ринок.

The theoretical aspects of the price forming in agriculture are considered in the article. The modern state of agrarian market development have been analyzed.

Keywords: price, pricing, cost, price policy, agrarian market.

Вступ. Питання ціноутворення є основою забезпечення економічного інтересу аграрних підприємств, сприяє мотивації аграрної праці та підвищенню добробуту селян. В аграрній економіці ціна на сільськогосподарську продукцію повинна формуватися з урахуванням відшкодування виробничих витрат і забезпечення прибутків для подальшого розширеного відтворення.

Постановка завдання. Питаннями ціноутворення на продукцію аграрного виробництва займаються такі відомі вчені – економісти, як Андрійчук

В.Г., Кристальний О.В., Месель-Веселяк В.Я., Саблук П.Т., Шпичак О.М. та ін. Однак сучасний стан розвитку цінних відносин між суб'єктами агропромислового ринку вимагає пошуку нових підходів до удосконалення процесу ціноутворення.

Результати. Економічні процеси агропромислової діяльності в період освоєння ринкової системи господарювання об'єктивно вимагають формування такої цінової політики, яка б забезпечила еквівалентність обміну на стадіях матеріально-грошового забезпечення, виробництва сировини, переробки і