

РІВЕНЬ РОЗВИТКУ РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

*Роганіна В.Є., к.е.н., ст. викладач,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

Розглянуто специфіку сучасного стану рівня розвитку ринку овочевої продукції в Харківській області, соціальну значимість овочів як продуктів харчування, їх економічну вагомість, баланс виробництва і споживання, цінову ситуацію на міських ринках, основні канали реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами та намічені шляхи розвитку ринку на перспективу.

The specific of the modern being of level of market development of vegetable products in the Kharkov region, social meaningfulness of vegetables as food stuffs, their economic ponder ability, balance of production and consumption is considered, price situation at the city market, basic channels of realization of vegetables by agricultural enterprises and the set ways of market development on a prospect.

Постановка проблеми. Аграрний ринок є найважливішою частиною національного ринку, тому що лише його продукція забезпечує існування суспільства. Предметом купівлі-продажу на аграрному ринку виступають сільськогосподарська продукція та продовольство. Найвагомим серед складових аграрного ринку є продовольчий ринок, який забезпечує життєдіяльність держави через функцію гарантування забезпечення населення товарами продовольчої групи, а також у створенні резервних фондів для підтримки на належному рівні продовольчої безпеки країни [1].

Без функціонування цивілізованого ринку продовольства та забезпечення продовольчої безпеки країни шляхом збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції і купівельної спроможності громадян не існує можливостей підвищення соціально-економічного рівня життя населення, зміцнення його економічної, екологічної та політичної захищеності. Формування та функціонування регіональних ринків овочевої продукції сьогодні пояснюється рядом специфічних особливостей, зокрема: забезпечення важливої складової продовольчої безпеки регіону, країни; забезпечення галузей харчової промисловості сировиною; формування значної частини доходів селянських господарств; наповнення бюджетів усіх рівнів; охорона природи та раціональне її використання; розвиток соціальної інфраструктури в сільській місцевості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та особливості розвитку сучасного ринку овочевої продукції розкрито у роботах В.Я. Амбросова, Т.Є. Кучеренко, П.М. Макаренка, В.В. Писаренка, В.П. Рудь, П.Т. Саблука та ін. Проте аспект дослідження регіонального ринку овочевої продукції у кризовий період залишається не достатньо вивченим. Поки що мало праць, що стосуються економічних проблем його формування та функціонування, визначення напрямів підвищення економічної ефективності функціонування овочевого ринку. Рівень сформованості та функціону-

вання ринку овочевої продукції в значній мірі впливає на економічну ефективність овочевого виробництва.

Виробництво овочів відзначається багатогранністю функціональних зв'язків структурних ланок [1, 2, 7]. Під впливом цієї специфіки, враховуючи природноекономічні фактори, відбувається і формування ринку свіжої та переробленої овочевої продукції. Зосередження виробництва овочів у дрібних приватних господарствах не сприяло підвищенню економічної ефективності овочівництва [4, 5].

Постановка завдання. Метою даної статті є вивчення досягнутого рівня ринку овочевої продукції і окреслення основних напрямів подальшого його розвитку.

Виклад основного матеріалу досліджень. Специфіка овочевого ринку пов'язана з особливостями овочів як товарної продукції, що має певні споживчі властивості. Вони впливають на весь шлях реалізації даного продукту, який починається постановкою господарюючим суб'єктом ринкової мети, виробництва овочів, їх товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, післяпродажного обслуговування клієнтів і кінцевого споживання. До найважливіших слід віднести, по-перше, соціальну значимість овочів як продуктів харчування, що не тільки продовжує життя людини, а й робить його повноцінним.

По-друге, економічну вагомість овочів, що формує сталий попит на різноманітну продукцію овочевої галузі на локальному, національному та світовому ринках.

По-третє, глобалізація економіки змушує аграрних товаровиробників здійснювати активний пошук масштабних ринкових сегментів, і в цьому відношенні широкий асортимент овочевої продукції та виборів з неї гарантує зайняття певної ніші ринку та постійні грошові надходження.

Таблиця 1

Баланс овочевих культур у Харківській області, тис. т

Показник	Маркетинговий рік					2008/09 р. у % до 2004/05 р.
	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	
Загальна пропозиція	699,0	714,3	787,4	799,1	768,8	110,0
запаси на початок року	92,8	99,7	110,4	120,3	125,7	135,5
виробництво	508,8	531,3	580,7	597,1	554,7	109,0
імпорт	97,4	83,3	96,3	81,7	88,4	90,8
Загальний попит	599,3	603,9	667,1	673,4	651,4	108,7
Внутрішній попит	530,5	503,1	515,6	448,5	478,8	90,3
продовольство	285,3	294,1	311,7	284,1	324,2	113,6
корми	148,5	153,5	146,6	130,5	126,8	85,4
насіння	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3	130,0
витрати	95,7	54,5	56,0	32,6	26,5	27,7
Експорт	68,8	100,8	151,5	224,9	172,6	250,9
Залишок на кінець року	99,7	110,4	120,3	125,7	117,4	117,8
Питома вага залишку на кінець року до загального попиту, %	16,6	18,3	18,0	18,7	18,0	108,4

По-четверте, високі витрати праці при виробництві овочевої продукції, досить широкий набір овочевих культур, які мають свої технологічні відмінності, тобто відсутність монокультури; низька ступінь зберігання овочевої продукції; розпорошеність та неефективність формування пропозиції (через зміну форм власності).

По-п'яте овочі мають великі перспективи з позицій нарощування їх вартості, тим самим посилюючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання [3, 6].

Для ринку овочевих культур Харківської області характерні такі ж риси, як і для загальнодержавного ринку, про що свідчать дані табл. 1. За п'ять маркетингових років (2004/05-2008/09) в області зросла загальна пропозиція овочів, яка на 72,2-72,8 % забезпечувалась виробництвом. Підвищився загальний попит на овочеву продукцію, у той же час дещо зменшився внутрішній попит.

Що стосується цінової ситуації на ринках м. Харкова (табл. 2), то вона за 2004/09 маркетингові роки характеризувалась чіткою тенденцією росту цін на овочі, про що свідчить вирівнювання їх динаміки за рівнянням прямої (табл. 3).

Таблиця 2

Середні ціни на овочі на ринках м. Харкова, грн/кг

Показник	Маркетинговий рік					2008/09 р. у % до 2004/05 р.
	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	
Капуста білоголова	1,75	2,16	3,14	3,70	2,29	130,9
Огірки	2,29	2,79	3,08	5,02	3,53	154,1
Томати	2,54	3,55	3,79	3,81	3,14	123,6
Буряки столові	2,16	2,25	2,15	4,26	2,57	119,0
Морква столова	2,94	3,34	3,18	5,02	4,48	152,4
Цибуля на ріпку	2,18	2,57	2,29	3,73	2,60	119,3
Часник	9,15	10,11	10,35	10,55	13,37	146,1

Щорічне підвищення ціни на капусту становило 0,262 грн/ц, огірки – 0,471, томати – 0,146, буряки столові – 0,283, моркву столову – 0,476, цибулю на ріпку – на 0,20, часник – 0,888, огірки закритого ґрунту – 0,896 і томати закритого ґрунту – 1,573 грн/ц.

Перевірка отриманих рівнянь на адекватність показала, що найбільш чітко рівняння прямої детермінації наближається до фактичних даних за овочами відкритого ґрунту при згладжуванні ряду динаміки середніх цін за часником ($R^2 = 0,7866$), морквою столовою ($R^2 = 0,6895$), томатами закритого ґрунту ($R^2 = 0,9076$) та огірками закритого ґрунту ($R^2 = 0,8552$).

Нинішня система ціноутворення на ринку овочевої продукції країни не забезпечує саморегулювання, оскільки не створює балансу цін між виробниками та споживачами.

Розпад централізованої системи розподілу сільськогосподарської продукції і продовольства, брак нової системи, яка відповідала б умовам ринко-

вої економіки на фоні скасування всіх видів контролю за цінами, призвели до виникнення великої кількості посередницьких структур і приватних осіб, що зацікавлені в одержанні максимального прибутку будь-яким способом. Існує досить значна різниця між цінами на овочі в традиційній мережі та на міських ринках. Цінова ситуація міських ринків досить активно змінюється під впливом попиту і пропозиції, а на внутрішньому ринку спостерігаються сезонні коливання цін на овочеву продукцію [7].

Таблиця 3

Вирівнювання динаміки цін на овочі в м. Харкові за 2004-2009 рр.

Овочева культура	Рівняння прямої	Коефіцієнт величини детермінації
Капуста	$y = 0,262x + 1,822;$	$R^2 = 0,2731.$
Огірки	$y = 0,471x + 1,929;$	$R^2 = 0,5122.$
Томати	$y = 0,146x + 2,928;$	$R^2 = 0,1863.$
Буряки столові	$y = 0,283x + 1,829;$	$R^2 = 0,2468.$
Морква столова	$y = 0,476x + 2,364;$	$R^2 = 0,6895.$
Цибуля на ріпку	$y = 0,2x + 2,074;$	$R^2 = 0,2627.$
Часник	$y = 0,888x + 8,042;$	$R^2 = 0,7866.$
Огірки закритого ґрунту	$y = 0,896x + 9,168;$	$R^2 = 0,8552.$
Томати закритого ґрунту	$y = 1,573x + 6,719;$	$R^2 = 0,9076.$

Важлива роль у розв'язанні цінової політики на овочі значною мірою залежить від системи їх реалізації. Реалізація овочів, на відміну від іншої сільськогосподарської продукції, має низку особливостей, що виходять із споживчої вартості самого товару, а саме - короткого терміну зберігання.

Розглядаючи основні канали реалізації овочів сільськогосподарськими підприємствами Харківської області, треба зазначити, що за всі досліджувані роки із загального обсягу проданих овочів найбільшу частку підприємства реалізували комерційним структурам (від 81,9 до 88,8 %), на міських ринках та через систему власних магазинів і ларків (від 10,5 до 17,1 %).

Цей спосіб реалізації дає змогу вийти на прямий зв'язок від виробника до споживача і отримати певний прибуток відразу. Але одним із основних завдань сільськогосподарських підприємств є самостійний вихід товаровиробників на продовольчий ринок. Аналізуючи цінову динаміку за каналами реалізації, не можна не помітити, що переробні підприємства зовсім не купували овочеву продукцію, вироблену в сільськогосподарських підприємствах.

Висновки. Очевидно, що вирощувати необхідно ту продукцію, яка користується попитом на ринку, а реалізувати її тоді, коли ринок пропонує найвищі ціни. Виконання цих заходів дасть змогу задовольнити потреби населення в овочевій продукції в недалекому майбутньому.

Література.

1. Амбросов В.Я. Напрями організаційного удосконалення великотоварних підприємств / В.Я. Амбросов // Організаційно-економічні трансформації в аграрному виробництві: матеріали Третіх регіон. річних зборів Північ-

но-Східного відділення Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників. – Харків: ХНТУСГ, 2010. – С. 97-100.

2. Кучеренко Т. Ринок овочів і баштанних культур в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Т. Кучеренко // Пропозиція. – 2008. – № 12. – С. 46-49; – 2009. – № 1. – С. 52-56.

3. Макаренко П.М. Агробізнес в овочепродуктовому підкомплексі України: монографія / П.М. Макаренко, В.І. Криворучко [та ін.]. – К.: Нива, 1997. – 138 с.

4. Писаренко В.В. Обґрунтування необхідності створення регіональної агромаркетингової структури / В.В. Писаренко // Організаційно-економічні трансформації в аграр. виробництві: матеріали Третіх регіон. річних зборів Північно-Східного відділення Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників. – Харків: ХНТУСГ, 2010. – С. 394-399.

5. Роганіна В.Є. Підвищення ефективності виробництва овочів у господарствах Харківської області / В.Є. Роганіна // Економіка АПК і природокористування: Вісн. / ХНАУ. – Х., 2009. – №9. – С. 155-160.

6. Рудь В.П. Значення овочевого ринку в продовольчій безпеці України / В.П. Рудь // Вісн ХНАУ Сер. «Економіка АПК і природокористування» – 2009. – № 11. – С. 363-368.

7. Саблук П.Т. Основи організації сільськогосподарського ринку / П.Т. Саблук, Д.Я. Карич, Ю.С. Коваленко. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 188 с.

УДК 637.14:338.432

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКОПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВАМИ АПК ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

*Рудич А. І., к.е.н., доцент кафедри,
Полтавська державна аграрна академія*

У даній статті здійснено аналіз закупок сировини-молока у Полтавській області, проведена оцінка економічної ефективності виробництва молокопродукції на підприємствах агропромислового підкомплексу регіону та досліджена ефективність функціонування молокопереробних підприємств.

This article analyzes the raw-milk purchases in the Poltava region, the evaluation of economic efficiency of dairy enterprises in agriculture sub complex region and investigated the effectiveness of milk business.

Постановка проблеми. Поняття «агропромислове виробництво» нерідко розглядається спрощено, а часто відокремлене аграрне виробництво чи промислова переробка продукції сільського господарства трактується як суть агропромислового виробництва. Між тим, агропромисловим виробництвом у повному розумінні цього терміна слід вважати таку організаційно-виробничу форму інтегрованих економічних, організаційних і технологічних