

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО РЫНКА В ЗАКАРПАТЬЕ

Л. М. Газуда, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия, менеджмента и логистики.

Ю. А. Шевчук, соискатель кафедры экономики предприятия, менеджмента и логистики, Ужгородский национальный университет, г. Ужгород, Украина.

ВВЕДЕНИЕ

Современность характеризуется быстрыми темпами роста населения Земли, которое на данное время составляет больше 7 млрд. чел. Прогнозные данные свидетельствуют, что до 2075 г. население Земли достигнет максимального значения 9,22 млрд. чел. Вследствие этого возникает потребность в продовольственном обеспечении. Одной из важнейших сфер хозяйственного комплекса страны, которая решает продовольственную проблему, является сельское хозяйство. В мировом сельском хозяйстве занято около 1,1 млрд. экономически активного населения и представлено практически во всех странах мира.

Ныне наблюдается положительная тенденция развития агропромышленного комплекса. Объемы отечественного производства из отдельных видов сельскохозяйственной продукции обеспечивают нужды внутреннего потребительского рынка и экспортный потенциал. В ситуации на потребительском рынке Закарпатской области наблюдается наличие стихийных рынков реализации сельскохозяйственной продукции, большого количества посреднических структур, которая отрицательно влияет на ценообразование. Локальные торговые пункты продажи продукции включают овощные магазины, секции супермаркетов и городские рынки. Основными продавцами на рынках являются

члены личных хозяйств, которые не проводят необходимые для эффективной торговли рекламное и маркетинговое мероприятия. Сегодня в Закарпатье также отсутствуют соответствующие составляющие и логистические компоненты инфраструктуры оптовых рынков сельскохозяйственной продукции (ОРСП) на областном уровне. Такие инфраструктуры могли бы обеспечить маркетинг и хранение сельскохозяйственной продукции, поскольку создание эффективно действующего аграрного рынка является предпосылкой эффективной продажи овощной продукции. Именно поэтому организованное развитие ОРСП должен включать формирование организационно-функциональной структуры, торгово-производственных и закупочных складских образований. Наряду с этим, целесообразно обеспечить равномерный поток продукции к конечному потребителю на протяжении всего года. Экономические отношения между участниками рынка аграрной продукции должны базироваться на принципах взаимовыгодной кооперации. При таких обстоятельствах производители получают экономически обоснованную цену и владеют стабильным каналом реализации, в то время как потребителям гарантируются доступные цены и соответствующее качество. При этом недостатком является отсутствие в регионе специализированных оптовых компаний, которые занимаются торговлей овощно-фруктовой продукцией. Ныне оптовая торговля сводится, прежде всего, к деятельности мелких предпринимателей, которые самостоятельно реализуют собственную продукцию за пределами региона, или же мелкими партиями закупается плодовоовощная продукция покупателями из других областей.

С учетом вышеизложенного, актуальность проблемы заключается в поиске приемлемого формата создания регионального оптового рынка сельскохозяйственной продукции на основе существующих предпосылок, факторов влияния и рисков.

Тенденциям и важным аспектам развития аграрного рынка посвящены научные работы многих ученых-экономистов, практиков. Заслуживает внимания авторский коллектив Проекта аграрного маркетинга «Опыт производства и маркетинга овощей в Украине» в частности А. Ю. Андришко, И. В. Боднар, О. М. Венская, О. Д. Кузнец, В. О. Коцур, О. Я. Кулаковская, О. А. Ласинский, Т. К. Лесив, О. Г. Матвиець, В. В. Писаренко,

И. Г. Пономаренко, Р. М. Сало, О. О. Смолка, Ю. И. Сологуб, В. Г. Чеботарева, Б. Б. Шадрин, В. Б. Ярмилко и другие [1]. По результатам их исследования проанализировано современное состояние имеющейся инфраструктуры рынка сельскохозяйственной продукции по разным регионам Украины и обобщен опыт разных технологических подходов в выращивании сельскохозяйственной продукции ведущих компаний поставщиков материально-технических ресурсов, а также маркетинг овощной продукции и экономический расчет прибыльности производства овощей.

Необходимость создания и развитие сети оптовых рынков сельскохозяйственной продукции, формы торговли и организационные аспекты исследованы отечественными учеными Р. Корешок и Л. Шведова в работе «Оптовые рынки сельскохозяйственной продукции» [2]. Подчеркивали роль сельскохозяйственного обслуживающего кооператива, как основной составляющей организационной структуры ОРСП в своих исследованиях такие отечественные ученые как Ю. П. Воскобойник, В. В. Гончаренко, М. П. Грищенко, В. М. Жук, В. В. Зиновчук, Р. Я. Коринец, Н. Г. Копытец, Ю. Я. Лузан, Ю. О. Луценко и другие [4]. Разнообразные аспекты европейского опыта в создании Польских обществ оптовых рынков исследованы в работе О.Гемковича, С.Колотая, Р.Новака «Польское обществооптовых рынков» [6].

Актуальными остаются вопросы выбора приоритетного варианта развития инфраструктурной системы ОРСП и структуры организации по реализации производителем выращенной сельскохозяйственной продукции.

Целью исследования является формирование комбинированного подхода к решению проблемы через объединение кооперации и программ государственной целевой поддержки «Зеленые рынки».

В процессе исследования на основе анализа статистических данных, экономического моделирования, комплексного сравнительного анализа, осуществлена объективная оценка фактического состояния аграрного сектора экономики региона, очерчены приоритеты в сфере развития функционально-организационной структуры оптового рынка сельскохозяйственной продукции.

Методология исследования состоит в выявлении предпосылок создания ОРСП и проведении комплексного анализа с

целью выработки алгоритма действий методом обобщения информационных данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Удобное природно-географическое расположение и умеренно-континентальный климат формируют благоприятные условия для развития сельского хозяйства в Закарпатской области. Исследование свидетельствует, что основным производителем сельскохозяйственной продукции являются не фермерские и коллективные, а единоличные крестьянские хозяйства, численность которых на данное время составляет 250 тыс. За счет более раннего созревания отдельных видов плодоовощной продукции производителям удастся получать прибыль за счет ее сбыта в соседних областях, прежде всего это ранняя капуста, редиска, огурцы, черешня, земляника, картофель. Отдельные села Закарпатья имеют собственную специализацию. Так, в с. Заречье и Сильце (Иршавский район) приоритетным стало выращивание ранней капусты, в с. Широкое и Сасово (Виноградовский район) – ранняя клубника и томаты, с. Большая Добронь (Ужгородский район) – ранний картофель, с. Новое Давыдково и с. Новые Лучки (Мукачевский район) – хрен и огурцы, и т.д.

Однако сегодня большинство местных производителей не имеют достаточных знаний и навыков, необходимых для эффективного маркетинга сельскохозяйственной продукции, которая приводит к перенасыщенности рынка однообразной продукцией, невыполнение норм качества продукции, условий хранения, тарирование и т.п.. Одной из важных проблем реализации сельскохозяйственной продукции - это отсутствие централизованных правительственных закупок.

Считаем, что решению проблемы сбыта сельскохозяйственной продукции будет способствовать международный опыт, в частности вывод экспертов и наработки европейских партнеров, наличие ОРСП и государственная поддержка этой сферы. Методом экономического моделирования проведено визуализацию детального определения отдельных факторов влияния на конкурентоспособность аграрной сферы региона (рис.1).

Актуальной для производителей сельскохозяйственной продукции является проблема сбыта и предпродажного хранения

продукции (рис. 1), особенно в сезон созревания овощей. Прямые продажи из поля все еще остаются для фермеров основным каналом реализации. Кроме того, некоторые производители продают свою продукцию через посредников. Практика свидетельствует, что такой вид сбыта продукции невыгодный для сельскохозяйственных производителей, поскольку основную роль выполняет посредник, устанавливающий экономически необоснованно низкую закупочную цену на продукцию, которая невыгодна сельскохозяйственному производителю. Сельскохозяйственный производитель использует этот способ сбыта продукции, а при таких ценах страдает от убытков. При этом сельскохозяйственная практика свидетельствует, что в сезон созревания овощей рынки перенасыщены, а каналы реализации, в большинстве случаев, отсутствуют. При этом происходит порча произведенной продукции, поскольку большинство производителей не имеют в наличии стационарных помещений для ее хранения, в результате чего значительная часть выращенной сельскохозяйственной продукции портится или идет на корм скоту. В таких случаях производитель не возмещает даже затрат на производство. Данная ситуация приводит к трудовой миграции сельского населения региона в соседние области и страны. Решающее значение для сельхозпроизводителя играет цена продукции, от которой зависят его прибыли, техническое и технологическое обновления его производства, и, в конце концов, благосостояние его семьи. Наряду с этим, почти 60 % как закарпатских, так и украинских сельхозпроизводителей пользуются вышеупомянутыми каналами реализации. Вместе с тем лишь четверть закарпатских сельхозпроизводителей продают свою продукцию в период после сбора урожая, когда цены начинают возрастать и почти отсутствует экспорт продукции. Все это в комплексе снижает прибыли производителей. Одной из важнейших условий прибыльности сельскохозяйственного производства является способность ориентироваться на обслуживание потребительских рынков. То есть, производителям необходимо выяснить, каким образом удовлетворить спрос потребителей для достижения лучших (оптимальных, экономически обоснованных) цен с одновременным получением повышенной прибыли. Известно, что основной задачей аграрного производителя в современных условиях - это производство вы-

сокачественной продукции и хорошо организованная система ее сбыта.

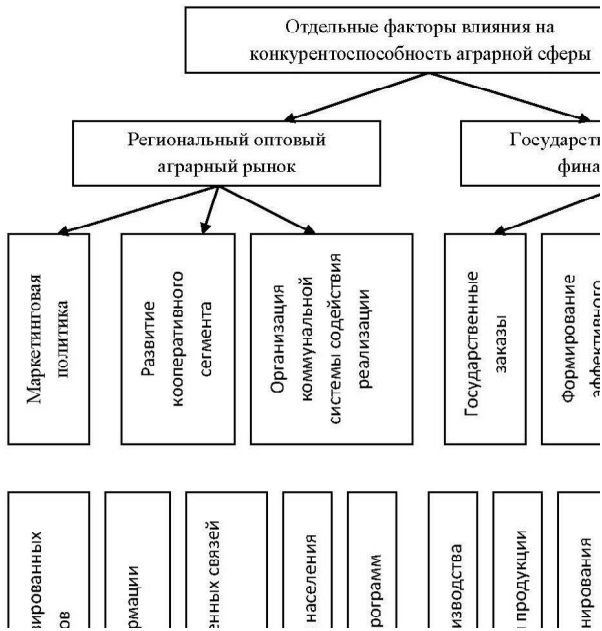


Рис. 1. Отдельные факторы влияния на конкурентоспособность аграрной сферы региона.

Анализируя состояние деятельности фермерских хозяйств и производителей сельскохозяйственной продукции, следует отметить, что наблюдается низкий уровень продаж выращенного урожая. Основными причинами неудовлетворительного состояния системы продажи есть неэффективная организация сбыта, отсутствие знаний и навыков, как отмечалось выше,

маркетинга сельскохозяйственной продукции. Кроме того, производителям необходимо позаботиться о том, чтобы произведенная сельскохозяйственная продукция отвечала стандартам качества. Ради достижения этой цели аграрному производителю необходимо обеспечить охлаждение и дополнительную обработку продукции, тем самым, продолжая срок ее хранения в товарном виде и соответственно продолжая срок реализации. К сожалению, небольшие фермерские и крестьянские хозяйства не имеют возможности самостоятельно строить и удерживать современные складские, технологически оснащенные помещения. Как результат продукция является сезонной, что естественно влияет на сезонное колебание цен и, к сожалению, не в пользу производителей. Вполне очевидно, что ради удовлетворения потребительских нужд населения региона большую часть сельскохозяйственной продукции области необходимо импортировать.

С учетом вышеизложенного, проведем сравнительный анализ положительных факторов влияния и существующих рисков ради выбора варианта развития системы гарантированной реализации сельхозпродукции (табл. 1).

Таблица 1

**Факторы влияния и существующих рисков
ради выбора варианта развития системы
гарантированной реализации сельхозпродукции**

№ п/п	Положительные предпосылки	Риски	Предупредительные меры
1	Благоприятное географическое расположение	Таможенные процедуры	Создание «зеленых» коридоров, развитие транспортных сетей
2	Умеренно-континентальный климат	Засуха	Мелиоративные системы, тепличные хозяйства
3	Плодородные почвы	Истощение	Агротехнологии
4	Значительная часть сельского населения занимается традиционным хозяйством	Трудовая миграция	Программы поддержки единоличных хозяйств

№ п/п	Положительные предпосылки	Риски	Предупредительные меры
5	Выращивание широкого спектра сельхозпродукции	Перенасыщенность однообразной продукцией	Предыдущие заказы, кооперация производителей
6	Возможность сбора двух урожаев	Нарушение допустимых норм использования минеральных удобрений	Система контроля качества продукции
7	Реализация продукции с поля	Неликвидные остатки	Обслуживающая кооперация, логистика

Материалы обобщены (табл. 1) на основе региональной стратегии развития Закарпатской области до 2015 г. [3, с. 33-39]. Предупредительные меры являются составляющими функциональной структуры ОРСП. Для производителей сельскохозяйственной продукции привлекательным является продажа произведенной продукции непосредственно потребителям - покупателям или представителям региональных оптовых рынков. Прямые договора между сельскохозяйственным производителем и конечным покупателем очень выгодны производителю, поскольку при таких обстоятельствах производители получали бы экономически обоснованную цену и стабильный канал реализации. Вместе с тем и покупателям гарантируются доступные цены и своевременные поставки. Учитывая, что украинские оптовые рынки, которые могут потенциально выступать как посредники, являются недостаточно развитыми, создание регионального ОРСП является наилучшим способом решения этой проблемы. При этом не только решится проблема сбыта продукции на более удобных условиях, но и улучшится уровень занятости сельского населения, уменьшится уровень трудовой миграции, возрастет объем ВВП региона и соответственно отчисление в местные бюджеты.

Мировой опыт подтверждает, что успешное функционирование рынка сельскохозяйственной продукции обеспечивает маркетинг планирования. Наука и практика утверждают, что в общих

затратах времени, затраты на технологию выращивания должны составлять 25 % рабочего времени - остальное приходится на маркетинг. К примеру, в США в структуре агропромышленного комплекса на маркетинговую сферу приходится 75 % стоимости, в Российской Федерации пока лишь около 25 %, а в Украине еще меньше [5]. Маркетинг сельскохозяйственной продукции не возможен без существования современной рыночной инфраструктуры (оптовые рынки, фермерские кооперативы и товарные биржи), что играет ключевую роль в формировании цен на сельскохозяйственную продукцию параллельно с динамикой рыночного спроса и поставок. При этом, маркетинговая сфера агропромышленного комплекса охватывает все области, которые обеспечивают движение сельскохозяйственной продукции от поля до потребителя - сбор, сохранение, переработку и реализацию продукции. В этой сфере определяются и нужды населения в продуктах сельского хозяйства.

Анализ результатов сотрудничества со всеми сторонами аграрного рынка свидетельствует об ограниченном доступе производителей к рыночной информации из-за неэффективного сотрудничества между производителями и потребителями, а также недостаточно развитых маркетинговых услуг на рынке овощной продукции. Важным при этом является государственная поддержка развития сельскохозяйственных кооперативов, как одного из важнейших социально-экономических институтов. Такая поддержка окажет благотворное влияние на развитие аграрной сферы; активизации развития сельской местности и повышение благосостояния жизни сельского населения. По нашему мнению, создание сельскохозяйственного обслуживающего кооператива является приоритетным вариантом формирования на сельских территориях здоровой социально-психологической атмосферы, возможность выхода на организованный и эффективный рынок реализации сельскохозяйственной продукции, общего решения производственных, социально-бытовых и других проблем, обучения и повышенной осведомленности и знаний новых технологий, общих мероприятий по предотвращению загрязнения окружающей среды. Учитывая современное состояние аграрного рынка Закарпатской области, необходимости решения вопроса конкурентоспособности компонентов агробизнеса и фермерских хозяйств, считаем, что важным в современных условиях является создание постоянно действующих кооперативных учреждений. Эти учреждения будут не только объединять усилия разных

уровней власти и общественности, но в дальнейшем формировать ячейки и предоставлять профессиональные консультации относительно вопросов агробизнеса и посредничества между участниками. Функции этой организации должны включать: закупку и содержание составов с охлаждающими камерами (хранилища), что обеспечит, прежде всего предпродажное хранение продукции в пригодных условиях.

Целесообразным является создание такого сельскохозяйственного обслуживающего кооператива, который будет осуществлять заготовку, хранение и предпродажную обработку, продажу продукции, ее транспортировку и предоставление маркетинговых услуг. Все это в комплексе значительно уменьшит риски и затраты как производителя, так и переработчика сельскохозяйственной продукции, наладит сотрудничество с оптовиками и представителями розничной торговли. В перспективе они станут организационной составной ОРСП.

Выводы

Неэффективность элементов системы конкурентоспособной экономики области состоит в отсутствии регионального ОРСП и недостаточном уровне государственной организационно-финансовой поддержки. Создание регионального ОРСП будет содействовать реализации сельскохозяйственной продукции товаропроизводителей, удовлетворяя при этом потребительские нужды населения области. Эффективная работа таких рыночных институций является важным условием прозрачного и адекватного ценообразования, поскольку оптимальная цена на сельскохозяйственную продукцию формируется, прежде всего, на оптовых рынках.

Опыт европейских стран свидетельствует, что оптовые рынки сыграют значительную роль в системе сбыта сельскохозяйственной продукции. Данные предыдущего обследования рабочей группой представителей национальных ассоциаций оптовых рынков Европейского Союза подтверждают, что общее количество оптовых рынков достигает около 137 единиц. Каждый день они принимают около 250 тыс. посетителей и обслуживают 20 % населения. Совокупный объем продукции, который реализуется ими, составляет 26 млн.т в год, вместе с обслуживанием около 15 тыс. сельхозпроизводителей. Кроме того, практически 90 % всех рынков реализуют овощную сельскохозяйственную продукцию. Следует также отметить, что 50 % оптовых рынков находятся в го-

сударственной собственности, а управление ими осуществляется преимущественно публично. В Украине осуществляются первые шаги по формированию сети региональных оптовых аграрных рынков путем внедрения государственной целевой программы «Зеленые рынки». Реализация программы будет способствовать решению проблемы отсутствия региональных оптовых аграрных рынков с целью развития элементов системы конкурентоспособной экономики.

Исследование проблемы развития аграрного рынка в Закарпатской области свидетельствует об имеющихся ресурсных предпосылках его создания как естественных, так человеческих и технических. Эти предпосылки обеспечат постепенное формирование сферы кооперации; привлечение логистического потенциала. При этом целесообразным является учет и использование удобного геополитического и геоэкономического расположения региона, формирование пограничных и транспограничных связей с целью успешного функционирования регионального аграрного рынка. Отмеченные факторы нуждаются в дополнительных и углубленных исследованиях в сфере исследования объективных подходов относительно развития оптовых рынков сельскохозяйственной продукции.

Список источников и литературы:

1. Опыт производства и маркетинга овощей в Украине / [Ю.И Сологуб, А.Ю. Андриюшко, И.М. Пономаренко, Т.К.Лесив и другие]. - Киев : ППФ Инфорт, 2006. - 383 с.
2. Корешок Р. Оптовые рынки сельскохозяйственной продукции. / Г.Корешок, Л.Швецова. - Киев : НВФ Украинские технологии, 2007. - 88 с.
3. Региональная стратегия развития Закарпатской области до 2015 года / Закарпатский областной совет пятая сессия V созыва. Закарпатская областная государственная администрация. - Ужгород, 2006. - 121 с.
4. Сельскохозяйственный обслуживающий кооператив: практическое пособие / [В.В. Гончаренко, М.П. Гриценко, Ю.П. Воскобойник, В.В. Зиновчук и другие]. - Киев: Министерство аграрной политики и продовольствия Украины, 2009. - 90 с.
5. Саблук П.Т. Разработка аграрной доктрины Украины / П.Т. Саблук, В.В. Юрчишин // Агропромышленный комплекс Украины: состояние, тенденции и перспективы развития: информ. аналит. сб. - К.: ИАЕ УААН, 2010. - 625 с.
6. Польское общество оптовых рынков: [Электронный ресурс] / С. Колот, О. Гемкович, Р. Новичок. - Режим доступа: www.sprh.org.pl .