

УДК338.439.5 (477.87)

**ГАЗУДА Л.М.**

к.е.н., доцент,

кафедра економіки підприємства, менеджменту та логістики,

**ШЕВЧУК Ю.О.**

здобувач кафедри економіки підприємства, менеджменту та логістики,  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород

## **ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ АГРАРНОГО РИНКУ РЕГІОНУ**

Вигідне природно-географічне розташування та помірно-континентальний клімат формують сприятливі умови для розвитку сільського господарства в Закарпатській області. Дослідження свідчить, що основним виробником сільськогосподарської продукції є не фермерські та колективні, а одноосібні селянські господарства, чисельність яких на даний час становить 250 тис. За рахунок більш раннього дозрівання окремих видів плодоовочевої продукції виробникам вдається отримувати прибуток за рахунок її збуту в сусідніх областях, передусім це рання капуста, редис, огірки, черешня, суниця, картопля. Окремі села регіону мають власну спеціалізацію, зокрема, у с. Заріччя і Сільце (Іршавський район) пріоритетним є вирощування ранньої капусти, у с. Широке та Сасово (Виноградівський район) – рання полуниця та томати, с. Велика Добронь (Ужгородський район) – рання картопля, с. Нове Давидково та с. Нові Лучки (Мукачівський район) – хрін та огірки і т.д. Однак, спостерігається наявність стихійних споживчих ринків реалізації сільськогосподарської продукції, великої кількості посередницьких структур, що негативно впливає на ціноутворення. Локальні торговельні пункти продажу продукції включають овочеві магазини, секції супермаркетів та міські ринки. Основними продавцями на ринках є члени особистих господарств, які не проводять необхідні для ефективної торгівлі рекламні та маркетингові заходи. При цьому бракує відповідних складових та логістичних компонентів інфраструктури гуртових ринків сільськогосподарської продукції (ГРСП), які б забезпечували маркетинг та зберігання овочевої продукції з метою формування ефективно діючого аграрного ринку. Саме тому розвиток ГРСП повинен базуватися на формуванні організаційної функціональної структури із торгово-виробничих та закупівельних складських формувань. Доцільним є забезпечення рівномірного потоку продукції до кінцевого споживача протягом всього року. Економічні стосунки між учасниками ринку аграрної продукції повинні базуватися на принципах взаємовигідної кооперації. За таких обставин виробники одержують економічно обґрунтовану ціну та володіють стабільним каналом реалізації, в той час як споживачам гарантуються доступні ціни та відповідна якість. Відсутні в регіоні й спеціалізовані гуртові компанії, що займаються торгівлею овочево-фруктової продукції. Нині гуртова торгівля зводиться передусім до діяльності дрібних підприємств, які самостійно реалізують власну продукцію за межами регіону,

або ж дрібними партіями закупується плодово-овочева продукція закупцями з інших областей. Більшість місцевих виробників не володіють достатніми знаннями, які потрібно для здійснення ефективного маркетингу сільськогосподарської продукції, що призводить до перенасиченості ринку автономною продукцією, невиконання норм її якості, умов зберігання, транспортування тощо. Однією з важливих проблем реалізації сільгосппродукції є відсутність централізованих урядових закупок.

Актуальною проблемою залишається збут та передпродажне зберігання продукції, особливо в сезон дозрівання овочів [1]. Прямі продажі з поля, для фермерів, є основним каналом реалізації, або ж продаж продукції через посередників, що є вкрай не вигідним. Вважаємо, що вирішенню проблеми збуту сільгосппродукції сприятиме врахування міжнародного досвіду, зокрема висновків експертів та напрацювання європейських партнерів, а також наявність ГРСП та державна підтримка цієї сфери.

Вирішальне значення для сільгоспвиробника відіграє ціна продукції, від якої залежать його прибутки, техніко-технологічне оновлення виробництва, достатній добробут його родини. Лише ¼ закарпатських сільгоспвиробників продають свою продукцію в період після збирання врожаю, коли ціни починають зростати і майже відсутній експорт продукції. Важливою умовою прибутковості сільськогосподарського виробництва є орієнтування на відвідування споживчих ринків. Аналіз результатів співпраці з усіма сторонами аграрного ринку свідчить про обмежений доступ виробників до ринкової інформації через неефективну співпрацю між виробниками та споживачами, а також недостатньо розвинені маркетингові послуги на ринку овочевої продукції. Важливим при цьому є державна підтримка розвитку сільськогосподарських кооперативів, які здійснюватимуть заготівлю, зберігання та передпродажну обробку, а також продаж продукції, її транспортування та надання маркетингових послуг, що дозволить зменшити витрати і витрати як виробника, так і переробника сільськогосподарської продукції, налагодити співпрацю з гуртовиками та представниками роздрібною торгівлі. В перспективі вони стануть організаційною складовою гуртових ринків сільськогосподарської продукції.

З огляду на відмічене, актуальність проблеми полягає в пошуку прийняттого формату створення регіонального гуртового ринку сільськогосподарської продукції на основі існуючих передумов, факторів впливу та ризиків.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області до 2015 року / Закарпатська обласна рада п'ята сесія V скликання. Закарпатська обласна державна адміністрація. – Ужгород, 2006. – 121 с.