

УДК 338.43.01

В.М. Лисюк*
О.Б. Ярмоленко****ІНФРАСТРУКТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТОВАРНИХ АГРОРИНКІВ**

Стаття містить результати досліджень, що присвячені сучасному стану, проблемам і шляхам розвитку інфраструктурного сектору українського ринку сільськогосподарської продукції.

Стаття содер­жить результати дослід­вань, посвящен­ные с­овремен­ному состо­я­н­ню, про­б­ле­мам і пу­тям роз­ви­т­тя ін­фра­струк­тур­но­го сек­то­ра украї­н­ско­го ри­нку сіль­сько­го­спо­дар­ської про­дук­ції.

Постановка проблеми. Ринкові перетворення в аграрному секторі економіки України, що супроводжувалися заміною системи державного розподілу сільськогосподарської продукції новою ринковою інфраструктурою, призвели до утворення різноманітних форм власності та агробізнесових структур. Однак ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств залишилася вкрай низькою, а сільське господарство як галузь із тривалим періодом обігу капіталу, високими природними та ціновими ризиками – інвестиційно непривабливою. На сільське господарство припадає лише 4-5% питомої ваги інвестицій в основний капітал, хоча його частка у ВВП щорічно становить 12-14% [1]. Згідно статистичним даним, в 2006 р. частка сільського господарства в загальному обсязі валової доданої вартості склала 8,7%, зменшившись порівняно з 2001 р. на 7,6%. Обсяг інвестицій в основний капітал досяг в 2006 р. 7309 млн. грн., збільшившись порівняно з 2001 р. в 4,5 разів, однак його питома вага в загальній сумі інвестицій зросла всього на 0,88% (з 4,96% в 2001 р. до 5,84% в 2006 р.), що є свідченням низької інвестиційної активності в аграрній сфері. Обсяг прямих іноземних інвестицій в сільське господарство склав у 2007 р. менше 2 % від загальної суми іноземних інвестицій (390,7 млн. дол. США).

Основні фінансові проблеми аграрного сектора пов'язані зі сферою реалізації, адже спрямування основних товарних потоків у неорганізовані, непрозорі канали продажів призводить до значних фінансових втрат (за нашими даними, 20-30%) сільгоспвиробників. Крім того, недостатня капіталізація торговців агропродукцією ускладнює їх доступ до фінансових ресурсів, обмежуючи здатність поглинати значні надлишки продукції в урожайні роки, що чинить тиск

на закупівельні ціни, зменшуючи їх рівень для товаровиробника. Отже, у сучасних умовах виникла потреба у створенні ефективної ринкової інфраструктури, здатної забезпечити прозорість процесу продажу аграрної продукції виробниками. Функції таких структур можуть виконувати регіональні оптові ринки сільськогосподарської продукції (ОРСП).

Аналіз досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з розвитком ринкової інфраструктури аграрного ринку, знайшли відображення в працях таких науковців, як Онищенко О.М., Осташко Т.О., Юрчишин В.В., Саблук П., Точилін В.О., Зубець М.В. та інших вчених. Однак малодослідженими залишаються питання створення та забезпечення ефективного функціонування регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні з урахуванням особливостей перехідного періоду та зарубіжного досвіду, що і є метою статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна є одним з найбільших виробників сільськогосподарської продукції в Європі, має значний нереалізований виробничий та експортний потенціал. Близько 85-90% загальної кількості свіжих овочів і фруктів, споживаних українцями, виробляються сьогодні в Україні (крім групи екзотичних продуктів). Протягом останніх років спостерігається тенденція до 5%-ного зростання сільськогосподарського виробництва. Однак цей показник міг бути набагато вищим, якби не низка проблем, що існують на вітчизняному аграрному ринку. До них слід віднести:

зростаючий диспаритет цін на аграрну та промислову продукцію;

обмежений доступ сільськогосподарських товаровиробників до кредитних ресурсів;

* Лисюк В.М. – старший науковий співробітник, канд. екон. наук, доцент.

** Ярмоленко О.Б. – аспірант.

непрозорий механізм розподілу державних дотацій;

неефективний механізм державного регулювання ринків сільськогосподарської продукції;

панування моносонії на первинному аграрному ринку;

відсутність механізму впливу на ціноутворення;

інформаційна непрозорість аграрного ринку;

нерозвиненість біржової торгівлі;

обмеженість у сільгоспвиробників альтернативних каналів реалізації продукції, крім реалізації торговим посередникам;

обмеження експорту сільськогосподарської продукції внаслідок: а) відсутності можливостей формування оптових партій продукції дрібними й середніми виробниками; б) відсутності системи, у тому складі і фінансового забезпечення сертифікації продукції відповідно до міжнародних стандартів якості; в) відсутності сучасних технологій зберігання, фасування, пакування й переробки агропродукції.

Проведений аналіз структури реалізації продукції, виробленої сільськогосподарськими підприємствами, у розрізі каналів реалізації свідчить про стійку тенденцію зростання частки аграрної продукції, реалізованої за так званими «іншими каналами», тобто торговим посередникам (табл. 1). Так, у 2006 р. питома вага картоплі, реалізованої за іншими каналами, складала 67,9%, збільшившись порівняно з 2000 р. на 50,0%, овочів – 54,9% (приріст 36,3%), плодів і ягід – 46,2% (приріст 36,3%), винограду – 46,3% (приріст 36,6%), яєць – 71,5% (приріст 63,6%). Реалізація плодовоовочевої продукції безпосередньо переробним підприємствам складає всього близько 15%, і лише для виробників молока даний канал реалізації є домінуючим (у 2006 р. 88,3% молока та молочної продукції було реалізовано за прямими постачаннями переробним підприємствам).

Але, збільшення обсягів аграрної продукції, реалізованих товаровиробниками за „іншими каналами”, супроводжується поступовим зменшенням рентабельності продукції та підприємств. У той же час спостерігається зростання рентабельності торгових посередників за рахунок зменшення доходності сільськогосподарського виробництва. Відповідно, пошук нових каналів реалізації аграрної продукції, які забезпечували б справедливую ціну товару, високу якість послуг з його транспортування, зберігання та сертифікації, перетворюється для сільгоспвиробників в першочергове завдання, успішне вирішення якого сприятиме підвищенню рентабельності аграрного виробництва.

Проведене структурування головних економічних проблем розвитку українського аграрного ринку в умовах перехідного періоду свідчить про необхідність розвитку прозорих ефективних збутових систем сільськогосподарських товаровиробників як дієвого засобу подолання хронічної збитковості аграрної сфери, породженої диспаритетом цін на аграрну та промислову продукцію, недосконалістю державних регуляторних заходів, проявами монополізму та цінового диктату з боку торгових посередників тощо. Скорочення обсягів прямої цінової державної підтримки сільгоспвиробників відповідно до вимог СОТ та посилення конкурентної боротьби на внутрішньому аграрному ринку внаслідок лібералізації міжнародної торгівлі обумовлюють необхідність пошуку нових способів забезпечення доходності та конкурентоспроможності української сільгосппродукції та її виробника, серед яких, на наш погляд, важливе місце займає створення в регіонах таких інфраструктурних елементів, як оптові ринки сільськогосподарської продукції.

Низька ефективність сільськогосподарського виробництва обумовлена також тим, що товаровиробник, за різними оцінками, витрачає до 40% часу й 20% фінансових коштів на просування свого товару на ринок і його реалізацію. Тому відсутність оптових ринків сільськогосподарської продукції, на наш погляд, необхідно розглядати як першочергову проблему аграрної сфери економіки України, що здійснює значний вплив на рівень доходів сільського й міського населення, ефективність вітчизняного АПК, доходність сільськогосподарських підприємств і, як наслідок, на рівень інфляції.

Оптовий ринок – це механізм організації оптової торгівлі, зокрема, оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Його економічну сутність можна трактувати як елемент інфраструктури регіону, що впливає на раціональний розподіл потоку продовольчих товарів між виробником та споживачем. Через оптовий ринок місцеві та центральні органи влади можуть здійснювати політику врівноваженого перерозподілу, особливо сільськогосподарської продукції та роздрібної торгівлі [4], ніж сприяти встановленню цінового паритету між учасниками ринку.

Економісти зазначають, що оптові ринки сільськогосподарської продукції (ОРСП) – цивілізоване місце зустрічі оптових пропозицій аграрної продукції та формування відповідного попиту, де виявляють реальну ціну товару, вирівнюють її коливання, оперативно переміщують її потоки [5; 6].

**Структура реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами
(за каналами реалізації)***

Показники	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Відхилення, +, -	
										(3-2)	(10-4)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Переробним підприємствам</i>											
Картопля	85,1	15,2	16,9	13,9	2,4	3,2	8,2	11,3	11,0	-69,9	-5,9
Овочі	89,4	39,6	13,3	9,5	4,3	5,9	6,7	13,5	15,6	-49,8	+2,3
Плоди та ягоди	86,8	40,4	16,1	10,8	10,5	12,9	10,5	13,4	15,3	-46,4	-0,8
Виноград	96,4	64,8	68,4	50,4	33,4	28,4	30,4	34,8	35,1	-31,6	-33,3
Молоко та молочні продукти	99,1	87,2	66,3	71,8	73,9	78,7	82,1	85,0	88,3	-11,9	+22,0
Яйця	98,1	56,8	20,0	10,4	0,7	0,4	0,3	0,4	0,3	-41,3	-19,7
<i>На ринку</i>											
Картопля	9,4	42,7	44,8	26,4	28,3	21,1	18,4	17,2	18,4	+33,3	-26,4
Овочі	8,0	41,2	47,0	44,1	39,4	35,7	35,5	31,8	27,3	+33,2	-19,7
Плоди та ягоди	9,8	40,6	49,8	40,2	39,3	34,5	39,5	33,0	33,8	+30,8	-16
Виноград	3,0	21,9	16,1	24,6	25,4	15,7	16,8	15,4	18,0	+18,9	+1,9
Молоко та молочні продукти	0,1	8,9	21,2	9,4	8,0	6,1	4,7	3,8	3,0	+8,8	-18,2
Яйця	1,3	34,2	66,2	51,9	42,6	35,6	32,1	29,2	27,0	+32,9	-39,2
<i>Населенню</i>											
Картопля	5,2	32,2	20,4	15,9	14,7	10,5	7,6	4	2,7	+27,0	-17,7
Овочі	2,6	15,1	21,1	19,2	11,1	8,4	4,9	3,5	2,2	+12,5	-18,9
Плоди та ягоди	3,4	14,6	22,7	20,9	18	15,3	10,1	6	4,7	+11,2	-18
Виноград	0,6	11,5	5,8	7,3	6,2	3,8	2,8	1,4	0,6	+10,9	-5,2
Молоко та молочні продукти	0,8	3,1	7,5	5,1	4,2	3,4	2,2	1,5	1,2	+2,3	-6,3
Яйця	0,4	4,8	5,9	7,3	5,1	3,3	2,1	1,9	1,2	+4,4	-4,7
<i>За іншими каналами</i>											
Картопля	0,3	9,9	17,9	43,8	54,6	65,2	65,8	67,5	67,9	+9,6	+50,0
Овочі	0	4,1	18,6	27,2	45,2	50	52,9	51,2	54,9	+4,1	+36,3
Плоди та ягоди	0	4,4	11,4	28,1	32,2	37,3	39,9	47,6	46,2	+4,4	+34,8
Виноград	0	1,8	9,7	17,7	35	52,1	50	48,4	46,3	+1,8	+36,6
Молоко та молочні продукти	0	0,8	5	13,7	13,9	11,8	11	9,7	7,5	+0,8	+2,5
Яйця	0,2	4,2	7,9	30,4	51,6	60,7	65,5	68,5	71,5	+4,0	+63,6

* розраховано за даними Держкомстату України

Оскільки ОРСП організують за певними правилами, то можна дати таке правове визначення: оптовий ринок сільськогосподарської продукції – це суб'єкт підприємницької діяльності, утворений відповідно до законодавства, метою діяльності якого є створення необхідних умов для здійснення операцій із продажу й купівлі сільськогосподарської продукції.

ОРСП є суб'єктом підприємницької діяльності - юридичною особою, що продовжує технологічний ланцюг виробництва і збуту аграрної продукції, обслуговує сільськогосподарських товаровиробників і має право на всі види державної фінансової підтримки, якими користуються товаровиробники, у тому числі в частині кредитування.

Головна мета ОРСП як ринкового інфраструктурного підрозділу полягає в організації ефективних процесів товароруку шляхом формування оптимальних оптових партій сільськогосподарської продукції та їх раціонального цілеспрямованого подальшо-

го розподілу між ланками товарного ринку з мінімальними матеріальними витратами та втратами часу.

Головне завдання ОРСП – створення сприятливих умов для виробників (продавців) товару (сільськогосподарської продукції) та оптових покупців для ефективної (вигідної) купівлі-продажу.

Висновки. Наші дослідження довели, що створення в регіонах України мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції стане основою формування об'єктивних сприятливих умов для організації ефективної системи просування товарів першої необхідності від виробника до споживача і дозволить реально підвищити ефективність аграрно-промислового комплексу країни.

Література

1. Кириленко І.Г. Удосконалення системи фінансово-економічних відносин у діяльності агропромислового виробництва в Україні // Економіка АПК. – 2006. –

- № 6. – С. 3-7.
2. Шморгун Л.Г. Основні принципи та механізми захисту сільськогосподарських товаровиробників від монопсонії // Економіка АПК. – 2006. – № 8. – С. 129-134.
 3. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
 4. Аустен Я. До питання будівництва гуртових ринків в Україні // Теорія і практика ринків. – 2006. – № 1. – С. 13-20.
 5. Корінець Р., Швецова Л. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: запитання та відповіді / Проект USAID „Реформа у галузі сільського господарства, вдосконалення законодавчо-нормативної бази”, Український освітній центр реформ. – Київ, 2007. – 88 с.
 6. Место встречи спроса и предложения // Агровісник. – 2007. – № 7-8(19). – С. 9-12.
 7. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора. – К.: Фенікс, 2004. – 280 с.

Поступила до редакції 16.10.08

© В.М. Лисюк, О.Б. Ярмоленко, 2008

УДК 334.012.64

О.В. Гамзін*

РЕГІОНАЛЬНІ ФОРМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ

Досліджуються регіональні форми малого підприємництва, особливості його формування та розвитку в Україні. Розглядається регіональна структура малого підприємництва за видами економічної діяльності, проведений аналіз тенденцій розвитку інноваційних і промислових малих підприємств.

Исследуются региональные формы малого предпринимательства, их особенности формирования и развития в Украине. Рассматривается региональная структура малого предпринимательства по видам экономической деятельности, проведен анализ тенденций развития инновационных и промышленных малых предприятий.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки підтримка створення та розвитку різноманітних організаційних структур малого підприємництва необхідна для формування розвиненого конкурентного середовища, технологічної конкуренції та конкуренції в інноваціях.

Для підприємництва в розвинених ринкових країнах сьогодні характерно швидке зростання кількості малих підприємств, частки зайнятого в них населення, завоювання ними все більш міцних позицій не тільки в таких традиційних для малого бізнесу видах економічної діяльності, як сфера послуг, харчова та легка промисловість, але і в галузях високих технологій, де кількість інноваційно активних малих підприємств сягає понад 60% (Німеччина), натомість в Україні цей показник складає близько 6% малих підприємств [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зростання української економіки головним чином залежить від того, наскільки дієвим буде один з основних суб'єктів ринкових відносин – підприємці, наскільки гармонійними будуть їх стосунки з державою. Мале підприємство в Україні стає невідомою частиною економіки, сприяє прискоренню переходу до ринкових відносин, активізує структурну перебудову, стає однією з важливих передумов економічного зростання і зниження соціальної напруги.

Підприємству велику увагу приділяли класики економічної теорії А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей, А. Маршалл. Також проблеми малого підприємництва знаходяться в центрі уваги багатьох українських і зарубіжних дослідників і спеціалістів, що підтверджується науковими статтями і монографіями таких авторів, як Варналій З.С., Геєць В.М., Динкин А.А.,

* Гамзін О.В. – аспірант Ради по вивченню продуктивних сил України НАН України, м. Київ.