

УДК: 658.821: 65.012.34.

ЛОГІСТИЧНИЙ ФАКТОР ЗБАЛАНСОВАНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕКТОРІВ ТОВАРНИХ РИНКІВ

Тараканов М.Л., Маковець А.П.

Розкриваються передумови використання збутової логістики в якості провідної складової в забезпеченні збалансованої взаємодії секторів товарних ринків. На прикладі ринку плодоовочевої продукції, зокрема баштанних культур, визначено доцільні параметри споживчих секторів при збуті продукції в країні ЄС та запропоновано пріоритетні напрями взаємодії з сировинним та інфраструктурним секторами ринку.

Постановка проблеми. Товарні ринки забезпечують суттєвий вплив на всі сторони економіки через інформаційну, стимулюючу, посередницьку та ряд інших функцій. В останні часи все більшу увагу починає звертати на себе відтворювальна функція ринків, основним змістом якої постає об'єднання суб'єктів ринків в єдиний цикл виробництва, доставки та реалізації продукції кінцевим споживачам [1, с. 223]. Економічна криза спонукає до пошуку додаткових ресурсів з підтримки відтворювальних процесів за рахунок створення розвинутої ринкової інфраструктури, залучення інвестицій у проблемні сфери бізнесу, ряду інших заходів, що сприяють активізації відтворенню товарної маси. В цьому контексті недостатньо дослідженим резервом підтримки відтворювальних процесів розглядаються інструменти збутової логістики, яка спрямована на збалансування попиту та пропозиції за рахунок врахувань вимог місця, часу, обсягів, якості споживання продукції [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок в теоретико-методологічні та емпіричні дослідження збутової логістики внесли Є. Крикавський, Н. Чухрай, І. Смірнов, Р. Сумець, М. Постан, М. Окландер, В. Алькема, Р. Ларіна та ряд інших дослідників з цієї проблеми.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Провідним інструментом збутової логістики розглядаються логістичні канали - упорядкована множина взаємопов'язаних ланок логістичних ланцюгів з переміщення товарно-матеріальних цінностей від видобутку сировини до реалізації готової продукції [3]. Разом з тим конкурентне середовище на ринку логістичних послуг стримує зусилля по розв'язанню спільних проблем, які виникають в масштабах товарного ринку. Зокрема

це стосується проблем, пов'язаних з забезпеченням збалансованих відносин між секторами ринків (сировинним, виробничим, інфраструктурним та споживчим секторами), вирішення яких буде суттєво впливати на зріст товарообігу продукції. Під логістикою товарного ринку слід розуміти систему організаційно-економічних, правових, фінансових та інших інструментів інтенсифікації відтворення товарної маси шляхом збалансування логістичних параметрів переміщення продукції в розрізі секторів ринку. Особлива роль логістики товарних ринків виявляється до входу продукції на європейські ринки, коли високий рівень конкуренції можна подолати за рахунок нестандартних рішень, зокрема через використання логістичних резервів адаптації параметрів секторів ринків до умов споживання продукції.

Мета статті полягає у визначенні перспективних напрямів використання логістичного фактора в збалансуванні взаємовідносин між секторами ринків в процесі постачань продовольчих товарів до ринків ЄС.

Виклад основного матеріалу. Поставки продовольства в країни ЄС з 2014 р. стали відкритими для українських товарів. Це стало можливим завдяки дії тарифних квот, за рахунок яких продукція має можливість збуту у безмитному режимі [4]. В той же час темпи зростання українського експорту вже з кінця 2014 р. почали поступово гальмуватись, що обумовлено тим, що переважна більшість сільгоспвиробників поки не готова повноцінно входити на європейські ринки навіть при наявності необхідних дозволів та льотних квот на здійснення поставок [5].

Високий рівень конкуренції на європейських ринках передбачає пошук додаткових умов для реалізації продукції. В якості одного з таких напрямів пропонується орієнтація на ринкові ніші в сполученні з посиленням взаємного економічного інтересу в реалізації продукції. Такий подвійний «захист» буде сприяти не тільки диверсифікації номенклатури та географії поставок, але і їх стабільному збуту.

В загальному розумінні поняття ринкова ніша розглядається як частини товарного ринка, в якій продукція має попит [6]. В свою чергу під спільним економічним інтересом будемо розуміти позитивні мотиви як у товаровиробників, так і у споживачів в поставках українських товарів. Слід враховувати ту обставину, що спільні економічні інтереси формуються в умовах високого тиску конкурентної боротьби. Тому «конкурентний» аспект в процесі забезпечення взаємних економічних інтересів обов'язково буде присутній в якості провідної складової у визначенні відповідних напрямів збуту продукції. За цих обставин авторська позиція полягає в доцільності забезпечення спільних інтересів

через використання конкурентних переваг тих вітчизняних товаровиробників, які спроможні підтримувати їх довгострокове використання [7]

Проведені дослідження з аналізу конкурентоспроможності вітчизняної продукції вказують на наявність об'єктивних підстав до пошуку ринкових ніш для збуту трудомістких товарів, собівартість виробництва яких суттєво нижча за рахунок низької заробітної плати [8]. До таких товарних позицій, зокрема, відноситься більшість видів плодоовочевої продукції, зокрема баштанів (кавуни та дині) - єдиних товарні позиції, по яким Україна має стабільний позитивний баланс в торгівлі з країнами ЄС [8]. Так, рівень оплати праці при збиранні врожаю динь в господарствах Іспанії (світовий лідер та провідний експортер на ринки ЄС) складає 6 євро в час [9]. Співставлення з витратами живої праці іспанських виробників вказує на більш високу частку цих витрат в собівартості баштанів по причині недостатньої механізації таких процесів як підрізка корінь, укладання товару в тару, його суха очистка та ін. При цьому значно нижчий рівень оплати праці (в 3,5-4,0 рази) призводить до скорочення собівартості продукції в середньому на 40-60% [9].

Додатковим фактором посилення позицій вітчизняних товаровиробників на європейських ринках трудомісткої продукції постає збалансування взаємовідносин між секторами ринків, в першу чергу в процесі визначення доцільних параметрів ринкових ніш, на які необхідно орієнтувати збут.

Одну з складових ринкових ніш визначають топологічні параметри, зокрема просторові параметри споживання продукції. Необхідність врахування просторових параметрів обумовлена економічною доцільністю максимально повного освоєння ринкових ніш, що буде сприяти сталому збуту продукції.

Для визначення доцільних просторових меж ринкових ніш пропонується розглядати просторову диференціацію розповсюдження незадовільного споживчого попиту. Узагальнення отриманих результатів по плодоовочевій групі товарів виявило наявність просторової ієрархії ринкових ніш, прикладами ранжування яких є: а) ринкові ніші в межах декількох країн (приклад - незадоволений попит з окремих видів «північних» сортів ягід на ринках Південної Європи [10]); б) ринкові ніші в межах національних ринків (приклад - незадоволений попит, обумовлений різними традиціями в споживанні овочів та фруктів: в Швеції переваги віддають бурим томатам, в Австрії – стиглим і таке ін. [10]); в) ринкові ніші в межах окремих споживчих секторів національних ринків (приклад - незадоволений попит на окремі споживчі властивості

продукції зі сторони мігрантів). Визначені просторові рівні ринкових ніш формують суттєву частку незадоволеного попиту, яка складає більше 11% від загального обсягу споживання плодоовочевої продукції в країнах ЄС [10].

Відповідно до окреслених просторових рівнів ринкових ніш виявляється досить складною ситуація з реалізації продовольства в межах декількох провідних європейських країн. Це пояснюється з однієї сторони складнощами з поставок товарів в межах великого споживчого простору, який потребує наявності потужної логістичної інфраструктури глобального рівня, а з іншої – переважанням дрібних та середніх виробників плодоовочевої продукції в Україні, збутова діяльність яких спроможна задовольняти переважно локальні та середньомасштабні зони збуту продукції. За цих умов перспективи збуту в межах малих країн – найбільш оптимальний просторовий рівень ринкових ніш, що обумовлено мінімальною кількістю каналів входу на ринки при максимально повному охопленні споживачів.

Відокремлений просторовий рівень ринкових ніш створює додаткові передумови для збуту. Зокрема, для малих ринкових ніш характерна більш низька частка присутності продукції світових брендів, які зосереджують поставки до провідних ринків збуту. Це підтверджує споживання баштанних культур (динь) на ринку Литви (Нідерланди - 72,8% поставок, Іспанія -17,6% поставок, Бельгія - 8,3% поставок, решта постачальників не перевищує1% [11]). Більшість світових брендів не представлена на літовському ринку крім Іспанії, яка займає відносно невелику частку ринку (17,6%). Ця ситуація дещо облегшує умови входу вітчизняних виробників на ринки малих країн. Про це свідчать результати досліджень, в яких робиться висновок, згідно якого присутність на ринку провідних брендів в обсязі 50 і більше відсотків суттєво ускладнює доступ нових постачальників, в першу чергу в результаті звуження споживчого простору, в межах якого зберігаються умови для закріплення продукції на ринку [11]. Ці особливості обумовили тенденцію постачань українських гарбузів та динь до споживчих ринків з відносно невеликим попитом та вигідною логістикою: Польщу, Білорусію, країни Балтії [12]. Так, обсяги збуту вітчизняних гарбузів на ринках Білорусії та країн Балтії у співставленні з обсягами збуту на ринках провідних європейських країн, таких як Німеччина та Британія, в яких переважають світові бренди, свідчать про наявні суттєві диспропорції. Якщо з Херсонської області у 2013 р. було відправлено 7 тис. т продукції (з них в Естонію — 2,4 тис. т, в Білорусь-1,5тис.т), то за той же період обсяги збуту до Німеччини склали лише 85 т, до Британії – 43 т [13].

Крім того існують передумови для впровадження товарних поставок в часовий конвеєр споживання, який має місце по більшості номенклатурних позицій овочів та фруктів [14]. Проведені дослідження свідчать, що по відношенню до збуту баштанів на ринках країн Балтії Україна спроможна освоїти часові ніші в ранньому часовому сегменті гарбузів та динь, що має стати довгостроковою перевагою в конкуренції з угорськими виробниками – одними з перспективних постачальників баштанів до цих ринків [15].

Визначені доцільні просторові параметри ринкових ніш передбачають збалансування відносин з сировинним (виробничим) та інфраструктурним секторами ринку. Так, в сировинному секторі пропонується об'єднання переважно дрібних та середніх товаровиробників на виробництві плодоовочевої продукції у відповідності з вимогами конкретних ринкових ніш. Умови об'єднань передбачають: забезпечення обсягів виробництва у відповідності з обсягами попиту; спеціалізацію на видах та сортах культур, які по ціновим, якісним та часовим параметрам споживання мають довгострокові переваги по відношенню до конкурентів - аналогів; забезпечення єдиних технологій з вирощування продукції, її збирання, формування товарних партій та ін. Такі об'єднання товаровиробників мають перспективи створення в складі провідних регіонів розвитку плодоовочівництва, зокрема баштанництва, в першу чергу в Херсонській, Запорізькій, а також в Одеській, Миколаївській та ряді інших областей.

В складі інфраструктурного сектора доцільно акцентувати увагу на забезпечення адекватних просторовим параметрам схем реалізації продукції. В системі традиційних варіантів (прямий збут – непрямий збут через посередників) останній має відповідну доцільність використання в умовах не спроможності дрібних виробників самостійно входити на європейські ринки, створювати власні роздрібні мережі тощо. Вибір посередницьких компаній необхідно здійснювати за такими ознаками: наявності провідних позицій серед конкурентів щодо постачань продукції до ринкових ніш з налагодженими збутовими зв'язками в розрізі всіх основних центрів споживання; спроможності до масштабного інвестування збутових каналів (придбання спеціалізованих транспортних засобів, розбудова об'єктів складської логістики тощо), сприяння створенню в місцях основних виробничих зон приймальних пунктів з формування товарних партій продукції та ін.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вирішення проблеми збалансування параметрів секторів товарних ринків з орієнтацією на умови збуту продукції передбачає створення відповідних

організаційних структур. В якості провідної організаційної форми узгодження взаємовідносин між секторами ринків розглядаються перспективи створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в різних галузях плодоовочевого комплексу [16]. Разом з тим сучасні тенденції з створення СОК носять вкрай повільний характер. Гальмуванню цього процесу не в останню чергу сприяють суперечливі законопроекти, які передбачають по окремих ринках зборонити закупівлю сировини у кооперативів [17].

Для прискорення вирішення проблем об'єднання товаровиробників також доцільно активізувати процес створення регіональних асоціацій в складі плодоовочевого комплексу, зокрема у баштанництві. Форма об'єднання в асоціації не вимагає змін в економічних відносинах між товаровиробниками, що буде спрощувати мотивацію до їх заснуванню. Функції асоціацій доцільно спрямувати на проведення єдиної політики в області планування сортового складу та обсягів збуту продукції, визначення єдиних закупівельних цін, створення інформаційно-маркетингових центрів з досліджень ринків збуту продукції, сприяння експорту продукції та ін.

Література

1. Лысюк В.М. Воспроизводственная функция товарных рынков/ В.М. Лысюк. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2011. – 225 с.
2. Эффективное управление. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/logisticheskaya-koordinatsiya-materialnykh-potokov-v-usloviyakh-promyshlenno-torgovoi-integ/>.
3. Логистические каналы и цепи сбыта. Режим доступа: http://www.google.com.ua/?gfe_rd=cr&ei=Ue-CVZzJDea
4. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Аналітична записка. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1633/>
5. Что такое квоты на экспорт в ЕС и какими воспользуются производителям сельхозпродукции? Режим доступа: <http://www.latifundist.com/blog/read/931-что-такое-kvoty-na-eksport-v-es-i-kak-imi-voispolzovatsya-proizvoditelyams>.
6. Выбираем рыночную нишу и эффективно работаем с ней. Режим доступа: <http://www.delaj-delo.ru/marketing-i-reklama/vybiraem-rynchnuyu-nishu-i-effektivno-rabotaem-s-nej.html>

7. Аграриям нужно объединяться. Режим доступа: [http:// www. latifundist.com/novosti/26394-agrariyam-nuzhno-obedinyatsya-dlya-vyhoda-ves--mnenie](http://www.latifundist.com/novosti/26394-agrariyam-nuzhno-obedinyatsya-dlya-vyhoda-ves--mnenie)
8. Бог создал землю, а голландцы создали на ней плодовоошной рай. Режим доступа: [http:// w.w.w. news.meta.ua/ua/archive/11.09.13](http://w.w.w.news.meta.ua/ua/archive/11.09.13)
9. «Дынный край – Испания». Режим доступа: <http://www.rijkzwaan.ua/wps/wcm/connect/rz>
10. Украинский АПК и ЕС. Режим доступа: <http://www.apk-inform.com/ru/press>
11. №1 на экспорт в Європу: Режим доступа: <http://www.agrotimes.net/journals/article/1-na-eksport-v-evropu>
12. Экспорт херсонських дынь и арбузов. Режим доступа: [http:// www. fermer.org.ua/novosti/yeksport-hersonskih-dyn-i-arbuzov-11188.html](http://www.fermer.org.ua/novosti/yeksport-hersonskih-dyn-i-arbuzov-11188.html)
13. Символ Херсонщины – арбуз продается уже в Англии. Режим доступа: <http://vgoru.org/index.php/all-news/society/item/3338-watermelon-is-sold-in-england>
14. Подбор сортов и размещение слив. Режим доступа: [http:// www. dacha.ucoz.ua/publ/sad/fruktovye_derevja/podbor_sortov_i_razmeshhenie_sliv/6-1-0-69](http://www.dacha.ucoz.ua/publ/sad/fruktovye_derevja/podbor_sortov_i_razmeshhenie_sliv/6-1-0-69)
15. Плантатор. Режим доступа: <http://www.agrotimes.net/journals/article/1-na-eksport-v-evropu>
16. Когда украинская плодовоошная продукция займет свое место на рынке ЕС? Режим доступа: <http://www.ovoshevodstvo.com/journal/browse/201410/article/1140/>
17. Молочарська кооперація: бути чи ні. Режим доступа: [http:// www. usovka.kr.ua/news/2015/03/02/molocharska-kooperatsija-buti-chi-n](http://www.usovka.kr.ua/news/2015/03/02/molocharska-kooperatsija-buti-chi-n)

Abstract

Tarakanov M. L., Makoveev A.P.

Logistic factor of the balanced functioning of the commodity markets' sectors.

The preconditions of using distribution logistics as the main constituent of ensuring the balanced interaction of the sectors of the commodity markets have been revealed. The reasonable parameters of the consumer sectors in the process of distribution of the products to the EU countries have been illustrated by the example of the horticultural products market, especially cucurbitaceous crops. The priority directions of a balanced interaction with the raw material and infrastructure sectors of the market have been suggested.