

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛОДОВООЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

FORMATION AN EFFECTIVE SYSTEM OF SALE THE FRUIT AND VEGETABLE PRODUCTS

I. Yasnolob

Annotation

Investigated domestic experience of formation and development of wholesale agricultural markets. Examples of effective marketing system of fruits and vegetables offered by the global market trade practice. It is proved that the formation of regional produce market will contribute to solving the problem of providing public production, increase production and reduce the cost of raw materials to processing plants.

Keywords: fruits and vegetables, wholesale market, distribution channel, sales, consumers.

Яснолоб Илона Александровна
Полтавская государственная
аграрная академия

Аннотация

Исследован отечественный (Украина) опыт формирования и развития оптовых аграрных рынков. Рассмотрены примеры организации эффективной системы сбыта плодоовощной продукции, предлагаемые мировой практикой рыночной торговли. Доказано что формирование системы региональных плодоовощных рынков будет способствовать решению проблемы обеспечения населения продукцией, наращиванию объемов производства и удешевлению сырья для перерабатывающих предприятий.

Ключевые слова:

Плодоовощная продукция, оптовый рынок, канал сбыта, реализация, потребители.

Рынок плодоовощной продукции является важным и перспективным сегментом аграрного рынка Украины. Однако, в последние годы тенденции его развития не отвечали общим требованиям рынка и объемам потребительского спроса. В регионах сложилась парадоксальная ситуация, когда на рынках и в торговой сети продавали импортную плодоовощную продукцию (морковь, лук, яблоки), в то время как аналогичные продукты отечественного производства портились в необорудованных хранилищах производителей. Именно это и позволяет констатировать факт отсутствия эффективных связей между производителями и конечными потребителями, а основной проблемой для многих отечественных субъектов является сбыт выращенных овощей и фруктов.

Эта проблема особенно актуальна еще и потому, что более 80,0% трудоемкой плодоовощной продукции производится в личных крестьянских и фермерских хозяйствах, не имеющих надежных, постоянно действующих каналов сбыта продукции. В итоге, значительная часть выращенной этими хозяйствующими субъектами продукции, особенно в отдаленных от пригородной зоны регионах, скармливается скоту или портится. Лишь незначительная ее часть попадает к конечным потребителям или реализуется на стихийных рынках, обочинах дорог, и других непригодных для этого местах. Кроме того, личные крестьянские и фермерские хозяйства и физические лица – сельскохозяйственные товаропроизводители

не способны самостоятельно адаптироваться к требованиям ВТО и конъюнктуры аграрного рынка по производству высококачественной плодоовощной продукции и эффективного продвижения ее до конечного потребителя. Как результат, в условиях обострения конкурентной борьбы на рынке они столкнулись с проблемой реализации излишков продукции, а повышение цен на энергоносители, сельскохозяйственную технику, удобрения и корма, низкий уровень закупочных цен, отсутствие стабильных и надежных каналов сбыта продукции делает ее производство убыточным.

Статьей 3 Закона Украины "Об основных принципах государственной аграрной политики до 2015 года" [1] предусмотрены приоритетные направления государственной аграрной политики, в частности создание равных условий для функционирования различных организационно-правовых форм хозяйствования в аграрном секторе и совершенствования государственной поддержки развития предпринимательства с целью решения проблемы занятости сельского населения. Важным элементом развития экономической системы в сельском хозяйстве является развитие рыночной инфраструктуры. Однако существующая на сегодняшний день сеть инфраструктурных формирований (маркетинговых организаций, производителей плодоовощной продукции) по объемам предоставления услуг и их качеству не удовлетворяет потребностей товаропроизводителей и потреби-

лей. Отсутствие эффективных, доступных для мелкого товаропроизводителя, каналов реализации продукции выступает лимитирующим фактором в отношении справедливого перераспределения стоимости в системе ценообразования. При этом убытки несут и товаропроизводители, которые вынуждены использовать неорганизованные каналы сбыта и потребители, которые покупают продукцию сомнительного качества по завышенным ценам. Следовательно, необходимым на данном этапе развития, является согласование интересов производителей, создание системы оптовой и оптово-розничной торговли плодоовощной продукцией. А одной из важнейших составляющих такой инфраструктуры должна стать сеть оптовых и оптово-розничных рынков, становление и развитие которой сдерживается из-за недостаточного финансово-кредитного, информационного и консультационного обеспечения и ряда других факторов.

Необходимость формирования оптовых рынков обусловлена рядом других факторов, основными из которых являются нарушения отношений между производителями продукции и ее потребителями, уменьшение роли потребительской кооперации, увеличение объемов импорта, появление на рынке многочисленных посреднических структур, развитие бартерных операций. При этом, потребителю предлагается продукция, которая не всегда, должным образом подготовлена к реализации.

Многочисленные примеры организации эффективной системы сбыта плодоовощной продукции предлагает мировая практика рыночной торговли. Это преимущественно оптовые, оптово-розничные рынки, которые представляют собой отлаженную систему закупки оптовых партий продукции на основе долгосрочных контрактов с последующей ее реализацией оптовыми партиями или в розницу. Такие рынки осуществляют непрерывную торговлю продукцией массового спроса, имея при этом постоянных поставщиков и покупателей. В странах Западной Европы и США оптовые продовольственные рынки – это современные торговые комплексы со всеми сопровождающими службами сервиса, вспомогательными помещениями для приема, доработки, хранения продукции и подготовки ее к реализации.

В Украине уже есть хорошие примеры реализованной инициативы бизнеса по развитию оптовых аграрных рынков. Уже функционируют оптовые рынки плодоовощной продукции во Львове, Херсонской и Хмельницкой областях. Самым крупным и самым современным оптовым рынком сельскохозяйственной продукции является региональный аграрно-маркетинговый центр "Шувар". Для Полтавского региона целесообразно создание рынков среднего и мелкого оптов.

Как утверждает мировой опыт, оптовые рынки плодоовощной продукции целесообразно размещать с учетом

локальной концентрации ее производства и спроса. При этом они могут быть введены на базе существующих предприятий оптовой торговли с их материально-техническими ресурсами. В Полтавской области наиболее приемлемым местом создания оптового плодоовощного рынка является г. Полтава. А основной целью его формирования является организация оптовой торговли; предполагаемый рынок может стать альтернативным (отличным от прямых поставок товаров производителями в розничную торговлю) вариантом реализации продукции. При этом будет достигнуто положительного влияния на качество и уровень конечной цены через создание конкурентной среды на рынке.

Следует отметить, что региональный оптовый рынок плодоовощной продукции – должен стать цивилизованным местом встречи спроса и предложения, формирования реальной цены и эффективного товародвижения. Основной особенностью является то, что на предлагаемом рынке будет осуществляться торговля крупными партиями продукции между субъектами хозяйствования не для собственного потребления, а для последующей ее продажи конечному потребителю через розничную торговлю или для производственного или иного использования.

Оптовый рынок должен иметь значительную площадь и развитую инфраструктуру, которую сформируют обслуживающие структуры, сооружения и здания, складские помещения и хранилища, торговые площадки для торговли с автомобилями и павильоны, оборудование, транспорт, подъездные и внутренние пути, средства связи и т.п. К основным функциям оптового рынка плодоовощной продукции следует отнести: проведение оптовых аукционных торгов, контроль качества продукции, информирование участников рынка о состоянии спроса и предложения, уровне цен, обеспечении контрольно-измерительным оборудованием, предоставлением транспортных, социально-бытовых услуг, организацией охраны и противопожарной безопасности. Именно на таких рынках формируются крупные партии товара для обеспечения имеющегося спроса. Следует отметить, что оптовый рынок плодоовощной продукции рассматривается не как место торговли, а как региональный аграрно-маркетинговый центр, что, помимо своих основных функций, выполняют ряд дополнительных. Прежде всего, это связано с информационным обеспечением участников рынка: сбором, обработкой, анализом информации о спросе, предложении, ценах на широкую группу товаров. К тому же, на территории аграрно-маркетингового центра производители сельскохозяйственной продукции смогут получить информацию о новейших технологиях производства, пользоваться услугами консультационных и консалтинговых служб [2]. На таких рынках производитель сможет: получить заказ на производство определенного объема продукции, осуществить его оформление, налоговые и банковские платежи, сформировать из мелких оптовые пар-

тии продукции для дальнейшего перемещения их в другие регионы или за границу.

Создание оптового овощного рынка целесообразно осуществлять в определенной последовательности. На первом этапе необходимо сформировать сектор хозяйственного и технического обеспечения в составе торговой площадки (здесь должна проводиться оптовая и мелкооптовая продажа), подразделения транспортного обеспечения, складского хозяйства и холодильников, службы охраны, службы контроля качества продукции. Важно также предусмотреть весовой и загрузочно-разгрузочный комплекс и создать службу заказов товаропроизводителей и покупателей.

Также, параллельно формируются административный сектор и сектора финансового обеспечения и контроля, включающий планово-финансовую службу, банковские услуги и т.д., а также – отдел маркетинга и информационного обеспечения в составе секторов: маркетинговых исследований, товарного ассортимента, ценового мониторинга, логистического центра.

На втором этапе целесообразно расширять оптовую торговую сеть, путем создания филиалов регионального плодоовощного рынка, которые должны находиться в северной и южной части области, в частности в городах Кременчуг и Миргород. При необходимости и расширении торговой деятельности филиалы могут открываться и в других районных центрах и населенных пунктах области.

С сектора маркетинга на втором этапе целесообразно выделить как отдельный – информационный отдел, в состав которого входят сектор исследования рынка, аналитический отдел, службу формирования заказов и отдел дистанционных продаж. То же время расширение служб оптового рынка происходит за счет отделения в самостоя-

тельную структурную единицу отдела кадров и представителей на местах и построение выставочного центра и зала аукционных торгов.

На третьем этапе завершается организационное формирование финансового сектора за счет создания центра банковских услуг и отдела кредитного обеспечения. То же происходит с отделом маркетинга, он дополняется отделом коммуникаций и экспортно-импортных операций.

Проведение всех названных работ необходимо осуществить в сжатые сроки в течение 3–4 лет. Для оптимизации и рационализации процесса формирования оптовых рынков в регионе, считаем целесообразным их создания осуществлять на основе действующих плодово-овощных баз (холодильников и оборудования предприятий оптовой торговли) и других организаций в условиях активной поддержки местных органов государственной исполнительной власти. На уровне государства необходимо обеспечить нормативно-правовую основу для деятельности оптовых рынков.

Формирование системы оптовых рынков будет способствовать решению проблемы обеспечения населения области плодоовощной продукцией, наращиванию объемов производства и удешевлению продукции для перерабатывающих предприятий, усилению здоровой конкуренции на потребительском рынке. Именно обеспечение контроля оптового рынка, свободный доступ товаропроизводителями и потребителями к информации торгов позволяет в полной мере определить преимущества новых форм хозяйствования на основе частной собственности. Возникновение рынка смешанного типа будет стимулировать производителей организовываться в группы и другие организации, которые позволят осуществлять реализацию более эффективно и рентабельно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об основных принципах государственной аграрной политики до 2015 года / Закон Украины от 18 октября 2005 года № 2982-IV. Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2982-15>
2. Гладий М.В. Формирование оптового рынка в Украине / М.В. Гладий // Экономика АПК – 2007. – № 5. – С. 41–43.
3. Дударь В.Т. Влияние аграрных реформ на формирование агропродовольственного рынка / Дударь В.Т. // Вестник Харьковского национального аграрного университета. Серия: экономика АПК и природопользование. – 2007. – № 2. – С. 64–69.