

Так, виявлені нами тенденції відносно динаміки частки роздрібного товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів по Україні і Харківській області є зовсім протилежними, але цілком логічними. Якщо в середньому по Україні протягом останніх років відбувалося поступове зниження питомої ваги роздрібного товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів як в загальному обсязі роздрібного товарообороту (з 2,93 % у 2005 році до 1,88 % у 2007 році), так і в обсязі роздрібного товарообороту з продовольчих товарів (з 6,43 % до 4,53 %, відповідно), то по Харківській області, навпаки, - за період 2005-2007 рр. спостерігається поступове зростання частки реалізації хліба і хлібобулочних виробів як в загальному обсязі роздрібного товарообороту регіону, так і в роздрібному товарообороті з продовольчих товарів.

Ситуація, яка склалася, знаходить своє логічне пояснення в тому, що в Харківській області показник питомої ваги роздрібного товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів протягом всього досліджуваного періоду був значно нижчим, ніж в цілому по Україні. Якщо по Україні частка товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів в загальному обсязі роздрібного товарообороту в середньому за досліджуваний період становить 2,5 %, то по Харківській області даний показник складає лише 1,2 %. Аналогічно, питома вага роздрібного товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів по Україні в 2007 році становить 4,5 % від обсягу товарообороту з продовольчих товарів, а по Харківській області величина даного показника набула значення лише близько 3 %. Тобто значення аналізованих показників по Україні на кінець досліджуваного періоду в середньому у півтора рази перевищують значення аналогічних показників по Харківській області.

**Висновки.** Проведені дослідження дозволяють нам впевнено стверджувати, що у Харківській області є значні перспективи й реальні можливості для подальшого суттєвого зростання обсягів реалізації (і виробництва) хліба і хлібобулочних виробів, тобто даний напрямок слід вважати перспективним як для підприємств хлібопекарної промисловості, так і для підприємств торгівлі, які здійснюють реалізацію даного виду товарів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Харківська область у 2007 році: статистичний щорічник / Держкомстат України, Головне управління статистики у Харківській області. – Х., 2008.
2. Статистичний збірник «Роздрібна торгівля України у 2007 році» / Державний комітет статистики України. – К., 2008.
3. Шевченковская А. Стратегический рынок // Продукты питания. – 2005. – № 10. – С. 10-15.
4. Соколов А. Хлебобулочные изделия: анализ ситуации на внутреннем рынке // Брутто. – 2006. - № 3. – С. 44-49.
5. Васильченко А.Н. Хлебопекарная промышленность Украины // Хлебо-продукты. – 2005. - № 9. – С. 8-9.
6. Портер М.Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / А. Олійник (пер. з англ.). - К. : Основа, 1998.

УДК 339.332:63

## **ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ОПТОВИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Головко Г. М., Маслак О. М.**

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Одним із напрямів державної аграрної політики в Україні є формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, в основі якого мають бути цивілізовані прозорі канали просування товарів від виробника до кінцевого споживача. Традиційні схеми збуту агропродукції, відсутність структур оптової торгівлі створюють передумови для великих цінових коливань на ринку. Це, в свою чергу, призводить до додаткових витрат коштів та

часу виробників, переробників, а також споживачів продукції. Одним із можливих засобів уникнення існуючих проблем є розбудова оптових ринків сільськогосподарської продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми формування і функціонування інфраструктури аграрного ринку вивчалися і дістали широке висвітлення у працях таких вчених, як П. Березівський, В. Бойко, В. Власов, П. Гайдуцький, Ф. Горбонос, М. Дем'яненко, В. Зіновчук, М. Малік, Л. Молдаван, П. Саблук, Г. Черевко, О. Шпичак, В. Юрчишин та інших.

Однак на сучасному етапі розвитку інфраструктури аграрного ринку не всі аспекти цієї проблеми достатньо вивчені і належним чином вирішені. Зокрема, не повною мірою врегульовані механізми формування товарних партій та збуту сільськогосподарської продукції особистих селянських господарств, фермерів та інших невеликих за обсягами виробництва агропідприємств.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є визначення проблем і можливостей щодо їх вирішення на шляху створення та розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринок сільськогосподарської продукції в Україні характеризується зосередженням її основного виробництва у домогосподарствах сільського населення. Саме дрібні господарства займають домінуючі позиції у вітчизняному виробництві картоплі, овочів, фруктів, м'яса. При цьому організація збуту товарної пропозиції знаходиться на низькому рівні. Перед більшістю малих та середніх товаровиробників постають питання, пов'язані не тільки з вирощуванням продукції, а й з її вигідною реалізацією. У свою чергу, виникають проблеми низької зорієнтованості малих та середніх товаровиробників на потреби ринку, значних цінових коливань на продукцію, що виникають у зв'язку із сезонністю виробництва, регіональним розташуванням тощо. До того ж, відсутність тривалих стабільних зв'язків у ланцюгу проходження продукції від виробника до кінцевого споживача впливає на низький рівень формування закупівельних цін та їх завищення у роздрібній мережі.

Нинішня ситуація на ринку агропродукції характеризується низкою інших особливостей, серед яких слід відмітити необхідність прискорення руху продукції та скорочення втрат на шляху від виробника до споживача; створення умов для здійснення державного ветеринарного і санітарно-епідеміологічного контролю; поліпшення якості продукції та підвищення рівня обслуговування споживачів; доробки продукції перед надходженням її на ринок тощо. Розв'язання таких проблем здебільшого знаходиться в розбудові та функціонуванні сучасної інфраструктури аграрного ринку, зокрема обслуговуючих кооперативів та оптових ринків.

Досвід успішного функціонування оптових ринків за кордоном став доступним для вітчизняних аграріїв та підприємців. Майже кожна країна, велике місто Європи, Австралії, Східної Азії, Північної та Південної Америки, Африки має оптові ринки. В Іспанії – це система підприємств «Меркса», що об'єднує 22 ринки, у Франції – «Ронжі», що є одним з найбільших ринків Європи. Через оптові ринки у Франції реалізується понад 50% м'яса великої рогатої худоби, 75% - овець, 20% - свиней. Частка торгівлі на оптових ринках у загальному обороті овочів досягає 50%. В Японії обсяги продажу продовольства на оптових ринках складають 75% від загального товарообороту, в тому числі морепродуктів близько 85%. Це не поодинокі приклади. Торгівля на оптових ринках домінує в порівнянні з іншими каналами збуту продукції в усіх розвинених країнах світу.

Незважаючи на світовий досвід діяльності оптових ринків та існуючі передумови для їх створення, в Україні має місце відсутність усвідомлення того, що таке сучасний оптовий ринок сільськогосподарської продукції. Нерідко їх просто ототожнюють зі звичайними продовольчими ринками (рис.1).

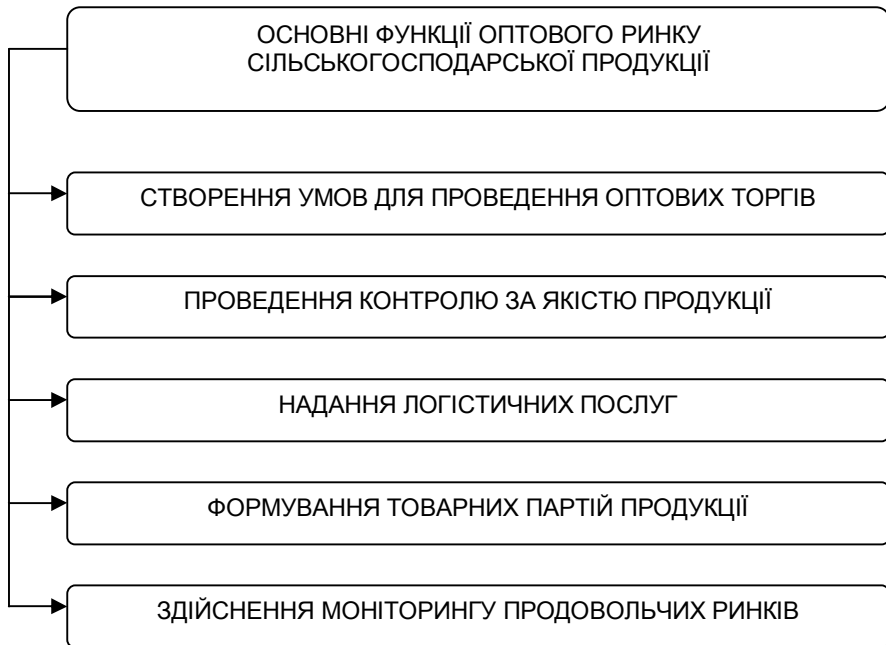


Рис. 1. Основні функції оптового ринку сільськогосподарської продукції

Оптовий ринок сільськогосподарської продукції – це суб’єкт господарської діяльності, який функціонує з метою створення необхідних умов для купівлі-продажу різних видів наявної агропродукції, укладення відповідних договорів та формування цін під впливом попиту та пропозиції. Оптовий ринок має велику площу, яка може нараховувати декілька десятків, а то й сотень тисяч квадратних метрів та має розвинену інфраструктуру. Вона складається із обслуговуючих структур, споруд і будівель, складських приміщень і сховищ, в тому числі з регульованим газовим середовищем, торговельних майданчиків для торгівлі з автомобілів і павільйонів, обладнання, транспорту, під’їзних та внутрішніх шляхів, засобів зв’язку, тобто всього, що необхідно для функціонування такого господарюючого суб’єкта, як великий логістичний центр. На оптовому ринку продавці можуть орендувати торгові зали та приміщення для зберігання продукції. Крім того, ринок надає послуги з фасування, пакування, калібровки сільськогосподарської продукції. Покупцям надається можливість познайомитися на місці із запропонованою продукцією, оформити супроводжувальні документи. Саме на таких ринках формуються великі партії товару для забезпечення існуючого попиту.

Наразі оптові ринки сільськогосподарської продукції розглядаються не просто як місце торгівлі, а як регіональні аграрно-маркетингові центри, що, крім своїх основних функцій, виконують ще й ряд додаткових. Перш за все, це пов’язано з інформаційним забезпеченням учасників аграрного ринку. У зв’язку із щоденним збиранням, обробкою, аналізом інформації про попит, пропозицію, ціни укладених угод на широкий спектр товарів, такі центри мають можливість інформувати суб’єктів аграрного бізнесу про ситуацію на ринку основних видів продукції і цим самим запобігти укладенню сумнівних за цінами угод поза межами таких ринків.

До того ж, на території аграрно-маркетингових центрів виробники сільськогосподарської продукції матимуть змогу отримати інформацію про нові технології в галузі агровиробництва, скористатися послугами дорадчих та консалтингових служб. На таких ринках виробникам можна буде отримати замовлення на виробництво продукції,

здійснити митне оформлення, податкові та банківські платежі за угодами, сформувати із дрібних оптові партії продукції для подальшого переміщення їх в інші регіони або за кордон (рис.2).

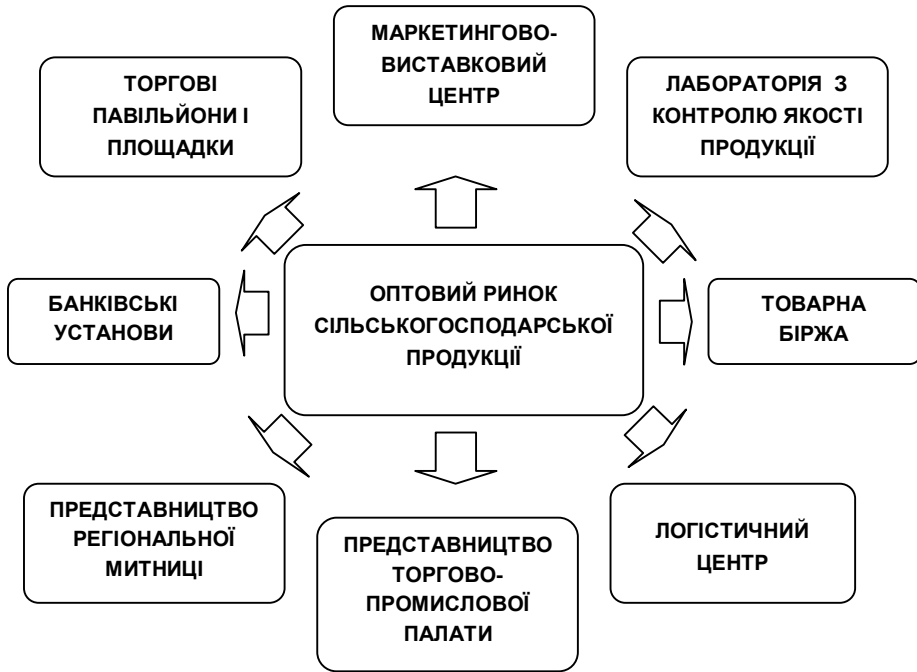


Рис.2. Структура оптового ринку сільськогосподарської продукції

ОРСП можуть бути споживчого, виробничого та змішаного типу.

Оптові ринки споживчого типу, як правило, розміщуються поблизу великих міст, де існує постійний попит на свіжу сільськогосподарську продукцію, продовольство та здійснюється розподіл великих партій продукції для подальшого продажу. Учасниками таких ринків є оптові торговці, які продають свій товар підприємствам громадського харчування, незалежним роздрібним торговцям, закритим закладам бюджетної сфери тощо. Основною метою їх діяльності є вплив на формування сприятливих для споживачів цін роздрібною торгівлі.

Оптові ринки виробничого типу розташовуються переважно у невеликих населених пунктах, де існує концентрація виробництва сільськогосподарської продукції та забезпечується організована закупівля товарної пропозиції за справедливими цінами. Продукти з таких місць потрапляють на оптові ринки споживчого типу, логістичні склади великих торговельних мереж, експорт та підприємства переробної промисловості.

Змішаний тип оптового ринку включає в себе майже всі елементи споживчого та виробничого типу ринків. При відсутності відлагодженої системи організованого збуту сільськогосподарської продукції модель оптового ринку змішаного типу є найбільш ефективною формою розвитку регіональної аграрної інфраструктури.

Незважаючи на потребу в ОРСП, їх розвиток є повільним, що обумовлено наступними факторами:

- будівництво сучасних оптових ринків потребує значних фінансових ресурсів, доступ до яких є обмеженим через високі кредитні ставки банківських установ, відсутність застави на початковому етапі;

- великий період окупності капіталовкладень у будівництво таких ринків, який може бути від 7 до 12 років, робить цей вид діяльності для інвесторів малопривабливим;

- складність виділення земельних ділянок великих розмірів.

Світовий досвід свідчить, що можливі декілька варіантів фінансування розвитку таких ринків, а саме: бюджетне фінансування, приватне фінансування, змішана модель. При цьому кожен варіант має ряд переваг та недоліків. При бюджетному фінансуванні можливе залучення кредитів міжнародних фінансових інституцій та ресурсів проектів міжнародної технічної допомоги. Побудова оптових ринків за бюджетні кошти гарантує абсолютну їх керованість органами влади. Водночас такий підхід створює найбільше додаткове навантаження на бюджет.

При побудові оптових ринків сільськогосподарської продукції за кошти приватних осіб спостерігається мінімальний вплив на діяльність ринків органів влади та мінімальне навантаження на бюджет. З позиції зменшення навантаження на державний та місцеві бюджети та забезпечення присутності влади в процесі прийняття рішень, максимального використання потенціалу інвесторів, оптимальною моделлю є змішана модель приватно-державного інвестиційного партнерства у вигляді господарських (акціонерних) товариств.

Розбудова оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні має здійснюватися поетапно. Для цього на першому етапі необхідно створити правове поле, сприятливе для розвитку оптових ринків, розробити механізм їх державної підтримки та забезпечити функціонування декількох модельних оптових ринків виробничого та споживчого типу. На другому етапі доцільно продовжити будівництво оптових ринків в кожному регіоні держави.

Минулий рік відзначився прийняттям Верховною Радою України Закону «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», який виокремив оптові ринки сільськогосподарської продукції з загального числа продовольчих ринків, передбачив можливість таким ринкам отримувати державну підтримку, пільги при оподаткуванні та отриманні земельних ділянок для розміщення інфраструктури. Цьому передувало прийняття Урядом Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції, затвердженої постановою від 3 червня поточного року за № 562. З метою реалізації положень вищезазначеного Закону був підготовлений проект постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку надання юридичній особі статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції», розроблені необхідні підзаконні акти та відповідна методична база. Окрім цього, у рамках реалізації Проекту з надання технічної допомоги Європейського Союзу «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації політики добросусідства в сільському секторі» розроблено 3 варіанти типових проектів оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Згідно з даними типового проекту, вартість будівництва оптового ринку з благоустроєм території становить від 1,6 до 2,0 млн. дол. США на 1 га в залежності від території, яку займає ринок. Відповідно до Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції, у 2010 році планується розпочати будівництво 9 оптових ринків, для чого з державного бюджету передбачається виділити 250 млн. гривень.

В Україні вже функціонують оптові ринки плодоовочевої продукції в місті Львів, Херсонській та Хмельницькій областях. У місті Жашкові Черкаської області працює ринок «Чародій», який є першим і поки що єдиним в Україні місцем оптової торгівлі худобою, вирощеною переважно в особистих селянських та дрібнотоварних господарствах. Найбільшим і найсучаснішим оптовим ринком сільськогосподарської продукції є регіональний агро-маркетинговий центр «Шувар», що знаходиться в місті Львів, який

сприяє розвитку гуртової торгівлі сільськогосподарською продукцією не тільки у Львівському регіоні, але й далеко поза його межами. На цьому ринку реалізують свою продукцію сільськогосподарські товаровиробники з 18 областей України. За останні роки в сезон тут продається 1000-1200 тонн свіжої плодовоовочевої та іншої сільськогосподарської продукції за добу, формуються прозорі умови ціноутворення, при потребі постійно проводяться заходи щодо стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію.

**Висновки.** Приклади розбудови та діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції свідчать про очевидність вигоди від їх функціонування. Це й підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, прозорість ринку, контроль за цінами, якість продуктів харчування, наповнення бюджету, підвищення конкуренції на споживчому ринку, швидке просування продукції до споживачів, створення нових робочих місць і, як наслідок, - підвищення рівня життя населення.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції: закон України N 1561-VI від 25 червня 2009 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

УДК 388.486:631.115.11

### **ОЦІНКА АГРОТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ: ОСНОВНІ ФАКТОРИ ТА ПОКАЗНИКИ**

**Дудзяк О. А.**

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Сьогодні можна стверджувати, що сучасний етап розвитку ринкових відносин на селі пов'язаний з ефективним управлінням виробництва і вирощування сільськогосподарської продукції, інноваційними процесами, що передбачають пошук нових технологій виробництва і диверсифікації, вирощування екологічно чистої продукції та сучасного розвитку агротуризму. В нинішніх умовах господарювання для задоволення потреб людей, що проживають в умовах урбанізованого середовища значну роль відіграє "сільський зелений туризм", який можна віднести до одного з видів підсобного господарювання.

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є визначення впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських територій регіону, показати позитивний вплив цієї нової форми господарювання на сільські території, звертаємо особливу увагу на агротуристичну привабливість, яка складається сьогодні на досліджуваній території.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку сільського туризму, як виду відпочинку та можливого напрямку підприємницької діяльності, присвячено роботи багатьох науковців та практиків. Для написання статті ми використали матеріали провідних дослідників галузі сільського зеленого туризму Рутинського М.Й., Зінько Ю.В., Коберніченко Т.О., Васильєва В.П. та інших. Спираючись на їх дослідження, ми спробуємо проаналізувати агротуристичну привабливість Хмельницької області.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Хмельницька область має дуже різноманітну природну й етнокультурну ресурсну бази, що надає можливість широко використовувати їх у відпочинково-рекреаційних цілях. Мальовничі ландшафти, м'який клімат, цікава історико-культурна спадщина нашого краю, забезпечують успішний розвиток організації різного відпочинку і туризму в Хмельницькій області. Сучасне відродження і подальший розвиток економічної та соціальної сфер області тісно пов'язують з розвитком туризму. Саме тому сільські громади також звертають особливу увагу на цей новий вид для них – вид господарювання.

Варто зауважити, що нині більшість інвестиційних потоків у нашій державі направлено у великі індустріальні центри – міста мільйонери та промислові гіганти.