

УДК 338.242:635

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

І.О.СОЛОВЙОВ – к.е.н., доцент,

О.В.ДОБРОЗОРОВА – асистент, Херсонський ДСГІ

Для нормального функціонування ринку продукції овочевоконсервного підкомплексу повинен діяти механізм взаємозв'язку та взаємодії двох його складових: попиту та пропозиції. Зміна взаємовідносин між ними обумовлює структурні зрушення в виробництві продукції, викликає необхідність переливу капіталу та переміщення ресурсів з однієї галузі в іншу а також по окремих регіонах.

Попит формується під впливом рівня доходів населення, демографічних факторів, якості продукції, національних та регіональних особливостей споживання тої чи іншої продукції а також від міри маркетингових зусиль продавця.

Фактори формування пропозиції продуктів овочівництва можна поділити на групи:

- природні (клімат, родючість ґрунту, рельєф);
- організаційно-економічні (розподіл праці, розвиненість інфраструктури ринку, нові форми організації виробництва, грошова та кредитно-податкова політика держави);
- технологічні (якість підготовки ґрунту, використання насіння високоврожайних сортів, своєчасне збирання, доробка та переробка т.п.).

Основними елементами системи пропозиції є вітчизняне сільськогосподарське виробництво, імпорт, переробка, зберігання, товарна доробка та упаковка продукції, транспорт, зв'язок та маркетингова система комунікацій.

Ринкові відносини в овочевоконсервному підкомплексі АПК Херсонської області повинні формуватися в відповідності з маркетинговою концепцією, яка передбачає отримання максимального прибутку виробниками через повне задоволення вимог споживачів.

Основними принципами функціонування ринку повинні бути: правовий захист споживачів та виробників, конкуренція, державна підтримка вітчизняного товаровиробника, дотримання принципів соціально-етичного маркетингу усіма суб'єктами ринку.

Конкуренція як вільне суперництво товаровиробників, спонукає кожного з них направляти зусилля на підвищення технічного рівня виробництва, родючості ґрунту, ефективності виробництва на основі інтенсивного ведення господарювання в інтересах самозахисту і підвищення прибутку на вкладений капітал. Вона сприяє насиченості ринку товарами та примушує підвищувати їх якість та знижувати ціну. Формування продовольчого ринку повинно відбуватись в умовах конкурентної боротьби за "продовольчі гроші" замовників та споживачів. Переможці будуть визначатися рівнем технологічної дисципліни, якістю та асортиментом продукції.

Захист сільськогосподарських виробників від імпорту та монополії в переробці і торгівлі повинен здійснюватися як державою, так і створеною товаровиробниками власною кооперацією.

Захищати споживачів необхідно регулюючи рівень цін на продукти. Це може здійснювати держава, накопичуючи певний їх запас і доставляючи потім на ринок при зростанні попиту на них. Також треба ввести систему контролю за якістю продукції і використання обов'язкових стандартів якості.

Важлива роль у формуванні та функціонуванні виробників, які не тільки виробляють, а й самостійно збувають свою продукцію, належить посередникам - різноманітним агентам, установам і підприємницьким структурам, які організують і здійснюють рух сільськогосподарської продукції до споживача.

Таким посередником між виробництвом сільськогосподарської продукції і її споживачами були і залишаються організації та підприємництва Укоопспілки.

Споживча кооперація як обмежена частка АПК області бере участь на всіх стадіях відтворення його кінцевого продукту і головним чином у сфері обміну. Але економічна криза, що спіткала Україну, суттєво вплинула і на цю систему. В результаті споживча кооперація втратила свої позиції на ринку продовольства. Значно скоротилися закупки сільськогосподарської продукції, в тому числі овочевої. В 1996 році всіма категоріями господарства Херсонської області було продано заготівельним організаціям 10246 тонн овочів, в тому числі організаціям споживчої кооперації 1191 тонну, що на 55% менш ніж в 1995 році. Також зменшилась участь кооперації в закупівлях сільгосппродукції в особистих підсобних господарствах

населення (ОПГ) та фермерських господарствах. В 1996 році було закуплено лише 0,5% овочів, вироблених в ОПГ та 17,3%, вироблених в селянських (фермерських) господарствах.

Спад у заготівлі сільськогосподарської продукції в цих господарствах був зумовлений як об'єктивними причинами (нестача обігових коштів, відсутність надійної кредитної підтримки), так і появою нових заготівельних структур, що мають більш стійкий фінансовий стан, можливість вчасно розрахуватися з товаровиробником за здану продукцію.

Ринкова економіка характеризується наявністю розгалуженої інфраструктури. Поява на ринку продовольства різноманітних посередників - явище позитивне, тому що сприяє створенню конкурентного середовища.

Але не зважаючи на велику кількість різних торговельних організацій, характерними особливостями ринку овочевої продукції Херсонської області залишаються обмежений асортимент продукції, відсутність спеціальної тари, сучасних технологій первинної обробки та фасування продукції.

На ринок надходить мало зелених культур, таких як кріп, петрушка, щавель, салат, кольорова капуста, квасоля, горох, часник та інших.

Продукція овочівництва в торговельній мережі Херсонської області надаються в основному томатами, які в загальному об'ємі становлять 26-30%; огірки - 7-8%; цибуля - 16-18%; часник - 0,2%; капуста 20-25%; морква - 5-6%; буряк - 9-10%.

Більш широкий та глибокий асортимент продуктів овочівництва представлений на колгоспному ринку.

Недостатньо використовується можливість вирощування ранніх овочів, не дивлячись на те, що Херсонська область має сприятливі умови для цього. Парникові огірки і томати завозяться: з Криму та сусідніх більш північних областей Запорізької та Миколаївської.

Не використовується також можливість розширення зовнішнього ринку продуктів овочівництва. Сьогодні на долю експортера продукції овочево-консервного підкомплексу приходиться біля 1% від загального об'єму його виробництва. При цьому головними споживачами на зовнішньому ринку залишаються країни СНД.

Пропозиція овочевої продукції зменшилась із-за скорочення її виробництва у всіх категоріях господарства, особливо у суспільному секторі. В 1996 році валовий збір овочів в колгоспах та радгоспах Херсонської області становив - 80,4 тис. тонн, що в 1,7 разів менш ніж в попередньому 1995 році.

Фізіологічні середньорічні споживання овочів складають - 134 кг, зокрема капусти - 29, томатів - 39, огірків - 10, моркви - 9, буряків - 10, цибулі - 9, перця солодкого - 2,8, бобових - 2,6, зелених овочів – 7,6 кг.

При аналізі споживання населення Херсонської області овочів з'ясовуємо, що в суспільному секторі у розрахунку на душу населення вироблено в 1996 році - 64,3 кг, що відповідає – 48% від установленної норми.

В умовах кризи суспільного виробництва розвиток отримали особисті підсобні господарства, їх частина в обсязі виробництва овочепродуктів в області складала у 1996 році - 59,5%. Слід сказати, що в основному ця категорія господарств є головним постачальником овочів на колгоспні ринки. Достатньо незначна частина припадає на такі форми господарювання, як фермерство та оренда - 1,3% від загального виробництва.

З огляду на виробничі фактори вирощування овочів на присадибних ділянках немає підстав сподіватися на несезонний характер забезпечення міст дешевою овочевою продукцією. А потреба у їх вирощуванні в останні роки стала особливо актуальною в зв'язку з погіршенням екологічного стану в Україні. Овочі є не тільки дешевим продуктом харчування, а й сировиною для медичних препаратів.

За даними експертів Всесвітньої організації охорони здоров'я у багатьох країнах світу, в тому числі в Україні, спостерігається збільшення захворювань, що пов'язані із зменшенням в їжі кількості біологічно активних речовин, які захищають людину в екстремальних умовах і підвищують її розумову та фізичну активність.

Для того, щоб подолати негативні тенденції в розвитку ринку овочевої продукції необхідно:

- взяти заходів по зміцненню існуючих овочевих формувань за рахунок поповнення їх додатковою кількістю спеціалізованих овочевих господарств, переробних та торгово-заготівельних підприємств;

- сприяти інвестуванню та впровадженню у виробництво, зберігання та переробку овочів нових технологій обладнання і техніки;
- постійно проводити роботу по вивченню кон'юнктури ринку реалізації овочевої продукції, консервів, елітного і сортового насіння овоче-баштаних культур;
- реалізувати комплекс заходів щодо розширення зовнішнього ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки.

Отже, стратегія формування ринку продовольства, в тому числі овочевої продукції, базується, насамперед, на врахуванні купувальної спроможності населення, на можливостях зміцнення вітчизняного сільськогосподарського виробництва, розвитку систем маркетингу, стимулювання експорту й обмеження імпорту продукції. Збалансованість попиту і пропонування забезпечує конкуренцію та захист споживачів і товаровиробників.

УДК83:51:831.1/833/

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ОПТИМІЗАЦІЇ УМОВ ВОЛОГОЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ

Є.В.ЛЄПА – к.т.н., доцент, Херсонський ДСГІ;

Є.К.МІХЄЄВ – д.с. – г.н., ІОЗ УААН;

В.О.ТАРЛОВСЬКИЙ – асистент, Херсонський ДСГІ

При розв'язку задач оптимізації, необхідно вибрати критерій (цільову функцію), що дозволить кількісно оцінити результат розв'язку задач. Для цього можна використовувати загальні рекомендації:

- вимоги відповідності критерію основному призначенню об'єкту управління;
- точний фізичний зміст критерію та його достатня універсальність, що дозволить порівняти ефективність широкого класу управлінь.

Звичайно, з числа одиничних показників вибирається основний, який і приймається за критерій оптимізації, а останні показники використовуються в якості обмежень.