

## СТАН РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ АГРАРНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

**М.В. Мокляк**, аспірант

*Полтавська державна аграрна академія*

*Досліджено функціонування основних учасників продовольчого ринку Полтавщини, взаємозв'язки суб'єктів господарювання на ньому, канали руху продовольства. Виявлено основні тенденції розвитку торгівлі сільськогосподарською продукцією у Полтавській області.*

**Ключові слова:** торгівля, аграрна продукція, регіональний ринок, канал реалізації, система збуту.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На сучасному етапі розвитку економіки України проблема торгівлі сільськогосподарською продукцією набуває виняткового значення, а тому потребує швидкого вирішення.

Саме розвиток торгівлі у регіонах, ефективна організація обміну та товарного обігу, оптимальна їх територіальна організація є найважливішими чинниками стабілізації сільськогосподарського виробництва, важливою передумовою насичення продовольчого ринку країни, джерелом задоволення щоденних потреб населення у споживанні продуктів харчування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед дослідників, які зробили вагомий внесок у розвиток концепції торгівлі сільськогосподарською продукцією, найбільш ґрунтовними є роботи: О. Березіна, П. Гайдучького, Б. Губського, Н. Копитець, Г. Мостового, П. Саблука, В. Юрчишина та інших. Однак, недостатньо дослідженими залишаються методологія й практика особливостей організації та функціонування системи реалізації сільськогосподарської продукції на регіональному рівні.

**Цілі статті** полягають у висвітленні результатів дослідження стану розвитку торгівлі продовольством у Полтавській області.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Протягом останніх років торгівля продовольчими товарами у Полтавській області розвивалася під негативним впливом щорічного скорочення виробництва продовольчих товарів у цьому регіо-

ні, натуралізації споживання, особливо у сільській місцевості, погіршення якості споживання продуктів та інших чинників.

Динаміку реалізації продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області подано у таблиці 1. За період 1995-2009 рр. кількість реалізованої продукції збільшилася на 148,5 тис. т (на 4,3%) порівняно з 1995 роком. Однак, в окремі роки можна спостерігати значний спад обсягів реалізації, зокрема у 2003 р., коли реалізація зменшилася на 52,2% порівняно з 1995 р. Зростання кількості реалізованої продукції відбувається за рахунок збільшення реалізації зернових (більш ніж у 3 рази) і олійних культур (більш ніж у 6 разів), помітним також є зростання у 2004-2009 роках обсягів реалізації цукрових буряків.

За даними таблиці 1, у реалізації таких видів продукції рослинництва, як картопля, овочі, плоди та ягоди, не виявлено ніяких чітких тенденцій, оскільки показники реалізації в окремі роки мають значні відмінності.

Сьогодні поряд із традиційними каналами збуту (заготівельним організаціям, включаючи продаж за прямими зв'язками та споживчій кооперації; населенню у рахунок оплати праці й через систему підприємств ресторанного господарства; на ринку через власні магазини, ларки та палатки) сільськогосподарські товаровиробники реалізують продукцію через біржі, аукціони; видають пайовикам у рахунок орендної плати за землю та майнових паїв; за іншими каналами. Із появою значної кількості різноманітних каналів збуту відбулися структурні зміни у системі реалізації сільськогосподарської продукції.

За 2000-2009 рр. зменшуються обсяги реалізації основних видів продукції рослинництва у рахунок земельних майнових паїв, при цьому також більше як у 3 рази зменшується реалізація продукції безпосередньо виробниками на ринку та більше як у 2 рази – продаж населенню у рахунок оплати праці.

Водночас протягом вказаного періоду обсяги закупівлі основних видів продукції рослинництва заготівельними організаціями, переробними підприємствами та системою споживчої кооперації збільшуються на **4,8%** порівняно із **2000** роком. Значно зростають (більш ніж у **2** рази) обсяги продукції рослинництва, яка реалізується за іншими каналами (комерційним структурам, підприємствам, реалізація на експорт та ін.) [1, с. 90].

Поява значної кількості нових каналів збуту певною мірою впливає і на динаміку реалізації продукції тваринництва: молока та молокопродуктів, великої рогатої худоби у живій масі, яєць, вовни та ін. (табл. 2).

Розглядаючи основні канали реалізації молока та молокопродуктів сільськогосподарськими підприємствами, слід зауважити, що у **2009** році із загального обсягу (**265,2** тис. т) найбільша частка була реалізована переробним підприємствам (**95,7%**). Реалізація молока та молокопродуктів населенню через систему підприємств ресторанного господарства зменшилася у **2009** р. порівняно з **1995** р. майже у **7** разів. За угодами оренди землі й майнових паїв у селян у **2009** р. сільськогосподарські підприємства, як і у попередні роки, молоко та молокопродукти пайовикам не видавали. Порівняно з **1995** р. у **13** разів зменшилася реалізація цієї продукції на ринку, через власні магазини, ларки та палатки і становила лише **702** т. За **1995-2009** рр. обсяги реалізації молока і молочних продуктів знизилися у два рази [1, с. 88-90].

Аналіз структури реалізації великої рогатої худоби та птиці у живій вазі у **2000-2009** рр. свідчить про значне зменшення частки продажу заготівельним організаціям, включаючи продаж за прямими зв'язками. У **2009** р. найвагомішу частку у структурі реалізації цієї продукції мали переробні підприємства – **58,8%**. Для забезпечення власних потреб у готівці товаровиробники реалізують велику рогату худобу на ринку, однак частка цього каналу, порівняно з **2000** р., значно зменшилася. Якщо у **2000** р. за цим каналом було продано **37,2%** продукції, то у **2004** р. – лише **22,1%**, а у **2009** р. – лише **13,5%**; пайовикам великої рогатої худоби та птиці у живій вазі не видавали.

У 2009 р. з населенням у рахунок оплати праці, включаючи реалізацію через систему громадського харчування, розраховалися даною продукцією в обсязі 1,4 тис. т (4,4%). Зазначимо також, що загалом обсяги реалізації великої рогатої худоби та птиці у живій вазі зменшилися порівняно з 2000 роком на 41% [1, с. 90].

Помітним є зменшення питомої ваги бартерних операцій під час реалізації сільськогосподарської продукції. Це можна пояснити кількома причинами – потребою виробників у готівці, відносним збільшенням за останні роки платоспроможності споживачів.

Серед основних чинників вибору сільськогосподарськими виробниками того чи іншого каналу збуту продукції на перший план виходять: вигідна ціна, форма оплати, зокрема можливість передоплати, і стабільність збуту.

Більшість виробників реалізує продукцію безпосередньо у межах району, в якому знаходиться господарство. Майже дві третини виробленого зерна (66%) продається сільськогосподарськими виробниками безпосередньо у межах району. Серед фермерських господарств цей показник є вищим і складає 69% (сільськогосподарські підприємства – 54%). Дещо більше чверті продукції вивозиться в інші райони області (26%) і лише 5% реалізується в інших областях. Сільськогосподарські підприємства, які краще забезпечені власними транспортними засобами, мають ширші ринки збуту: 41% виробленого зерна реалізується в інших районах області [2].

Як показують результати дослідження, нерозвиненість ринків збуту сільськогосподарської продукції пояснюється двома основними чинниками: відсутністю потреби у виробників у розширенні географії збуту й виході на нові ринки та обмеженими ресурсними можливостями (насамперед йдеться про відсутність транспортних засобів).

Серед перешкод, які стоять на заваді ефективної реалізації виробленої сільськогосподарської продукції, вагоме значення мають низькі закупівельні ціни. Такі дані узгоджуються з думкою інших дослідників зазначеної проблеми [3, с. 235-299; 4, с. 118], які вказують на низькі закупівельні ціни як

Таблиця 1

**Показники реалізації продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області у 1995-2009 рр., тис. т [1, с. 88]**

Продукція	Роки										2009 рік у % до 1995 року
	788,2	949,5	1377,1	725,7	1240,2	1665,4	1246,5	1233,0	2226,9	2528,5	
Зернові культури	788,2	949,5	1377,1	725,7	1240,2	1665,4	1246,5	1233,0	2226,9	2528,5	збільшення більш ніж у 3 рази
Олійні культури	78,0	93,4	120,0	186,3	146,2	224,2	287,6	383,0	350,4	536,6	збільшення більш ніж у 6 разів
Цукрові буряки	2540,6	874,5	748,2	727,7	1042,3	1054,1	1679,8	1705,1	2150,0	524,9	20,7
Картопля	8,7	1,9	1,2	1,0	0,7	0,8	0,4	1,1	1,3	2,5	28,7
Овочі	25,1	4,6	4,0	2,0	1,7	1,4	1,4	0,9	1,5	1,7	6,8
Плоди та ягоди	5,3	0,4	0,4	3,5	1,1	0,3	0,5	0,3	0,3	0,2	3,8

Таблиця 2

**Показники реалізації продукції тваринництва сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області у 1995-2009 рр., тис. т [1, с. 88]**

Продукція	Роки										2009 рік у % до 1995 року
	120,2	37,4	40,7	44,3	33,3	27,2	30,9	33,8	32,1	33,6	
Худоба та птиця (у живій вазі)	120,2	37,4	40,7	44,3	33,3	27,2	30,9	33,8	32,1	33,6	зменшення більш ніж у 3 рази
Молоко та молочні продукти	458,3	219,1	198,9	176,1	193,1	211,6	218,2	218,4	234,0	265,2	57,9
Яйця, млн шт.	219,6	287,3	324,0	336,3	344,1	364,8	388,1	349,7	362,7	408,9	186,2
Вовна, т	313,1	13,2	24,4	20,4	4,8	6,7	3,0	3,9	7,7	6,0	зменшення більш ніж у 50 разів

основну проблему у реалізації сільськогосподарської продукції в Україні. Також актуальними є проблеми низького попиту, організації та забезпечення зберігання продукції, інформаційного забезпечення товаровиробників тощо.

Нині відсутня організована, стабільна, прозора система реалізації сільськогосподарської продукції у Полтавській області. Удаваний достаток товарів на ринку поєднується з високими цінами і майже повною відсутністю контролю за якістю продукції за низької культури торгівлі. Імпорт низькоякісного продовольства заважає становленню відповідного ринкового середовища, особливо у період недостатнього контролю за торгівлею з боку державних органів. Ввіз імпорتنих продовольчих товарів низької якості за низькими цінами обмежує можливості національних товаровиробників у конкурентній боротьбі за ринки збуту.

**Висновки.** Проведеним дослідженням встановлено, що виникнення протиріч економічного характеру на продовольчому ринку Полтавської області протягом останніх років є результатом таких домінантних тенденцій:

- по-перше, сучасний стан продовольчого ринку області характеризується зменшенням обсягів виробництва і споживання основних продуктів харчування, низькою платоспроможністю населення. Головною причиною скорочення споживання основних продуктів харчування є зростання цін на них, яке випереджає зростання заробітної плати та інших доходів населення у Полтавській області;

- по-друге, знижується соціально-економічна ефективність функціонування харчової промисловості у цілому, існує низький рівень її інноваційно-інвестиційного забезпечення;

- по-третє, існує необхідність розроблення системи заходів, спрямованих на формування ефективних каналів просування продовольчої продукції, доступних і оптимальних для усіх учасників та суб'єктів продовольчого ринку, що відповідають сучасним вимогам організації інфраструктурних об'єктів.

Практика, що склалася у Полтавському регіоні свідчить, що успішне функціонування продовольчого ринку області має супроводжуватися відповідною системою збуту, наявністю ді-

евої ринкової інфраструктури, що забезпечить ефективність каналів товаропросування. Сучасний регіональний продовольчий ринок представлений різними сферами господарської діяльності, що мають значні перспективи в умовах ринкової економіки. Зокрема, на стадії становлення знаходиться мережа гуртових продовольчих ринків, яка нині є одним з пріоритетних напрямів налагодження зв'язків між товаровиробниками та споживачами аграрної продукції.

Література:

1. Статистичний щорічник Полтавської області за 2009 рік. — Полтава : Головне управління статистики у Полтавській області, 2010. — 420 с.
2. Основні ринки збуту сільськогосподарських виробників [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://poltavastat.pi.net.ua>.
3. Саблук П. Т. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку Інфор.–аналіт. зб. Випуск 5 / Саблук П. Т. — К. : Лібра, 2002. — 587 с.
4. Копитець Н. Г. Передумови формування ринкової системи збуту та реалізації сільськогосподарської продукції / Н. Г. Копитець // Економіка АПК. — 2004. — № 6. — С. 118—125.