

УДК 631.1

**Хамініч С.Ю.***доктор економічних наук, професор,  
завідуюча кафедрою маркетингу  
Дніпропетровського національного університету  
імені Олеся Гончара***Гаєва А.О.***здобувач  
Дніпропетровського національного університету  
імені Олеся Гончара***Сокол П.М.***старший викладач кафедри маркетингу  
Дніпропетровського національного університету  
імені Олеся Гончара*

## СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

### SPECIFICITY OF THE AGRICULTURAL PRODUCERS ACTIVITIES AT THE UKRAINIAN NATIONAL AGRICULTURAL MARKET

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто актуальність дослідження специфіки діяльності виробників сільськогосподарської продукції на національному аграрному ринку, визначено особливості та характерні риси функціонування та тенденції розвитку ринку сільськогосподарської продукції. Проаналізовано основні перешкоди на шляху до підвищення якості овочевої продукції та необхідність упровадження інноваційних технологій в аграрному секторі.

**Ключові слова:** виробники сільськогосподарської продукції, національний аграрний ринок, аграрний сектор економіки, тенденції розвитку ринку сільськогосподарської продукції.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена актуальность исследования специфики деятельности производителей сельскохозяйственной продукции на национальном аграрном рынке, определены особенности и характерные черты функционирования и тенденции развития рынка сельскохозяйственной продукции. Проанализированы основные препятствия на пути к повышению качества овощной продукции и необходимость внедрения инновационных технологий в аграрном секторе.

**Ключевые слова:** производители сельскохозяйственной продукции, национальный аграрный рынок, аграрный сектор экономики, тенденции развития рынка сельскохозяйственной продукции.

#### ANNOTATION

The article discusses the relevance of research specifics of agricultural producers at the national agricultural market peculiarities and characteristics and trends of functioning of agricultural markets. The basic obstacles to improving the quality of vegetable production and the need for the introduction of innovative technologies in the agricultural sector.

**Keywords:** agricultural producers, national agricultural market, agricultural sector, development trends of agricultural markets.

**Постановка проблеми.** Функціонування національного аграрного ринку займає особливе місце у структурі економіки України, є одним із показників ефективності аграрного сектора в цілому. Здійснення ефективного розвитку ринку неможливе без дослідження специфіки діяльності виробників сільськогосподарської продукції. Існує необхідність розглянути особливості тенденції ринку сільськогосподарської

продукції, проаналізувати основні перешкоди на шляху до підвищення якості овочевої продукції та необхідність упровадження інноваційних технологій в аграрному секторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою розвитку та дослідженням аграрного сектору національного господарства займалися зарубіжні та вітчизняні вчені. У свої роботах аналізували особливості аграрної політики та її вплив на національну економіку такі вчені, як О. Березіна, А. Діброва, З. Ільїна, Г. Калетник, М. Кожемякіна, Е. Крилатих, Д. Лук'яненко, А. Поручник, М. Трейсі, Р. Феннелл, Р. Хенке, В. Цибок, Т. Циганкова, О. Шубравська. Дослідження характеру та особливостей аграрного сектору достатньо глибоко розкриті в працях науковців, оскільки питання останнім часом набуває великого значення.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Практичні аспекти щодо специфіки діяльності виробників сільськогосподарської продукції на національному аграрному ринку хоча й є актуальними питаннями в економіці, проте недостатньо обґрунтовані у вітчизняних наукових роботах. Дотепер залишаються невирішеними питання, пов'язані із перешкодами на шляху до підвищення якості овочевої продукції та складністю впровадження інноваційних технологій в аграрному секторі.

**Мета статті** полягає в аналізі специфіки діяльності виробників сільськогосподарської продукції на національному аграрному ринку, визначенні особливостей функціонування та тенденцій розвитку ринку сільськогосподарської продукції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Національний аграрний ринок на сьогодні має недостатньо сформовану та раціональну структуру. Сільськогосподарські виробники у про-

цесі переходу від системи держзакупівель пережили величезні втрати. Такі збитки виникли у зв'язку із підвищенням пріоритетності комерційних каналів реалізації сільськогосподарської продукції, які не завжди є прозорими і врегульованими. На національному аграрному ринку на сьогодні існує необхідність у добре організованому і саморегульованому сільськогосподарському ринку, який буде включати в себе контрактне фермерство, біржі, оптові сільськогосподарські ринки, стійку державну політику, доступні банківські кредити та страхування. Цивілізований сільськогосподарський ринок буде забезпечувати прозорість і ефективність співпраці всіх економічних агентів, маркетингове ціноутворення та ефективну реалізацію сільськогосподарської продукції.

Зараз на національному аграрному ринку в цілому професійні сільгоспвиробники використовують інтенсивні методи виробництва шляхом упровадження більш ефективної технології вирощування поряд з розширенням територій посівних площ. Частка приватних сільськогосподарських присадибних господарств від загального обсягу виробництва в 2015 р. склала 86% [2, с. 54]. Цей показник може знижуватися, якщо загальна ситуація на ринку буде змінюватися у бік добре організованою і юридично контрольованою сільськогосподарської ринкової структури.

Нерегульована політика протягом тривалого періоду і необхідність у великій кількості сумнівних посередників на ринку призвели до проблем у системі просування, збільшився термін реалізації та спекуляції в цінах. Багатьом виробникам необхідне спрощення переговорного процесу із супермаркетами, які відкривають їм доступ до прямих продажів своєї продукції роздрібним мережам і нададуть можливість минути послуги посередників. Для невеликих за обсягами сільськогосподарських виробників за нинішніх умов складно бути постачальником роздрібних мереж. Виробники і роздрібні мережі мають прийти до консенсусу щодо якості та безпеки харчової продукції, логістики, збитків, що зазвичай потребує багато часу і коштів. З усіх сільськогосподарських виробників в Україні лише 5% є професійні. Серед малих компаній 90% займаються виробництвом картоплі і приблизно 80% – усіма категоріями овочів та фруктів [1, с. 78]. Розрізнена система виробництва, велика кількість малих неефективних підприємств і переважно горизонтальна модель бізнесу впливають на комунікацію між учасниками каналів збуту, заохочуючи появу великої кількості посередників, і тому не дозволяють ринку розвиватися далі.

Для того щоб виправити ситуацію, необхідна поява на ринку сучасних сільськогосподарських холдингів. Вони здатні залучити значні інвестиції, необхідні для модернізації обробної техніки, а також підвищити врожайність до європейського рівня. Крім того, існує потреба в надій-

них оптових постачальниках, які б регулювали співпрацю виробників та продавців. Такі посередники сприятимуть підвищенню якості продуктів і допоможуть переорієнтувати ринок на модель, що базується на споживчому попиті.

Важливим поняттям не тільки на національному аграрному ринку, але й в цілому у сфері є якість. Усі сертифікати якості включають посилання на різні стандарти, спеціально розроблені для кожного виду продукції (включаючи класифікацію, основні параметри і розмір, технічні вимоги, правила приймання, маркування, упаковку, перевезення, зберігання) з питань виробництва, зберігання, транспортування, продажу і утилізації, методів контролю (експеримент, вимірювання, аналіз) та ін. Сертифікати надають деталізацію про те, звідки свіжа харчова продукція була поставлена, коли урожай був зібраний і чи був проведений аналіз на відсоток вмісту нітратів [6].

Співпраця роздрібних мереж та сільгоспвиробників щодо безпеки свіжих харчових продуктів спирається на державну політику стандартизації, так як якість свіжих харчових продуктів є важливим питанням для іміджу країни в цілому і для створення асоціацій з нею як із якісним брендом.

Проблемами основних виробників овочевої продукції на національному аграрному ринку є наступні:

- низький рівень механізації виробничих процесів;
- висока вартість використання засобів захисту від шкідників і хвороб;
- великі витрати праці пов'язані з ручною працею людей на господарських ділянках, що свідчить про низький рівень ефективності виробництва овочів на національному аграрному ринку та низьку конкурентоспроможність на зовнішньому ринку.

Проте завдяки достатньо високій якості української овочевої продукції попит на неї не падає, також конкуренція з боку іноземної продукції не надто висока. Збільшити ж споживання овочевої продукції можливо завдяки великим спеціалізованим сільськогосподарським підприємствам, які вирощуватимуть та зберігатимуть продукцію за допомогою сучасних технологій, що дозволять зменшувати собівартість і тим самим знизити ціни реалізації. На разі галузь є достатньо трудомісткою, зазвичай неможливо запланувати об'єми вирощеної продукції заздалегідь, а тому запланувати конкретні показники її збуту. Надто дорогі кредити також перешкоджають роботі виробників, адже врожай як продукт, що швидко псується, заставою розглядатись не може.

Природні умови вирощування овочів та їх біологічні особливості потребують ретельного планування розміщень виробництв овочевої продукції. Деякі овочі потребують більш теплих кліматичних умов, наприклад, солодкий перець, томати, цибуля та баклажани,

тому їх краще вирощувати на Півдні. Лісостепова зона та Полісся мають найсприятливіші умови для врожаю столових буряків, моркви та капусти [5]. У Херсонській області врожайність томатів може досягати 110 т на гектар, що перевищує середні показники на сільськогосподарських підприємствах інших регіонів національного аграрного ринку в чотири рази. Показники урожайності цибулі в Херсонській області за 2014 р. – 94 т на гектар, у той час як у середньому на національному аграрному ринку – 22 т на гектар [3]. Це говорить про те, що в різних регіонах країни сільськогосподарські підприємства вирощують різноманітні овочеві культури, проте врожай отримують різних масштабів через більш або менш сприятливі для цього умови. Також варто зазначити, що національний аграрний ринок має великі перспективи, оскільки порівняно із закордонними ринками рівень споживання, наприклад, промислових томатів є нижчим. За статистикою кожен українець споживає 15 кг промислових томатів на рік, у той час як у країнах ЄС та США цей показник становить 22,5 та 32,5 кг на людину відповідно [4].

Іноземні сільськогосподарські підприємства у своїй діяльності керуються принципом: вирощувати на своїй території те, що дає значний прибуток, а інші овочеві культури купувати та перепродавати на своєму ринку. Основною причиною успішної діяльності закордонних підприємств є не тільки сучасні технології вирощування овочів, а й сумлінна організація ринку. Організованість світового ринку овочевої продукції у світі можлива завдяки наявності потужної посередницької системи, що розвивається завдяки досягненням у галузі науково-технічного прогресу.

Щоб реалізувати сільськогосподарську продукцію, підприємствам варто враховувати значну кількість особливостей овочів як товару. Овочева продукція має свої споживчі властивості, що можуть зберігатись протягом тривалого часу та псуватись через несприятливі умови зберігання та транспортування.

Однією з не вирішених проблем на ринку овочевої продукції, що потребує негайного розв'язання, є ціноутворення. Ціни на овочеву продукцію протягом року значно коливаються. Найвищі вони у місяцях, які передують появі продукції нового врожаю. Різницю у цінах можна пояснити сезонністю та місцем виробництва овочевої продукції.

Існує кілька шляхів підвищення середньої ціни реалізації овочевої продукції: вирощування більш ранніх овочів за рахунок використання нових сортів, технологій, спорудження теплиць; зберігання овочевої продукції з метою розширення сезону її збуту; збільшення вартості за рахунок сортування, пакування та передпродажної доробки [7, с. 5]. За умови ефективного планування додаткові кошти на реалізацію певного маркетингового заходу компенсуються

додатковим прибутком. Зростаючим попитом користуються на ринку запакована продукція та пакування із нанесеною торговою маркою господарства з контактною інформацією.

Для ефективного просування овочевої продукції на ринок та одержання очікуваних прибутків необхідно орієнтуватися на якість, цінову конкурентоспроможність; організацію ефективного зберігання і, за потреби, транспортування продукції; виробництво тих її видів, яких потребує ринок; виробництво та реалізацію продукції у проміжки часу, коли ринок пропонує найвищі ціни – ранні чи пізні овочі.

Більшість вітчизняних виробників повною мірою опанували навички вирощування високих врожаїв овочів, але досить часто не вміють вигідно продати свою продукцію. Використовуючи недосвідченість землеробів, численні посередники мають на операціях перепродажу овочів чималі прибутки. При цьому виробники одержують за вирощену продукцію недостатні кошти для розширеного відтворення.

Партнерство з роздрібними мережами вимагає широкого асортименту продукції та постійних поставок протягом усіх сезонів. Продукція повинна бути не тільки якісною, а й відповідати усім вимогам споживачів, а саме мати привабливий вигляд, упакування, бути вимитою (що можливо лише за умови наявності на підприємстві технологій миття та висушування овочів), одного калібру, у деяких випадках уже нарізаною та готовою до споживання. Такі специфічні ніші, як HoReCa, супермаркети преміум-класу, еколавки можуть допомогти дрібним виробникам овочевої продукції вийти та закріпитися на ринку, оскільки необхідні об'єми поставок для роздрібних мереж дрібним виробникам складно надавати, тим паче протягом всього року.

Не тільки великі об'єми постачання продукції та висока якість є важливими, особливу увагу слід приділяти товарному вигляду овочевої продукції. На нього найбільше впливають маркування та упаковка, охолодження продукції та дотримання необхідних температурних режимів, організація транспортування від постачальників до місць торгівлі, перевірка якості на всіх етапах вирощування та транспортування.

Більшості сільськогосподарських виробників підвищити якість овочевої продукції перешкоджають фінансові проблеми та не вигідні умови кредитування, тому навіть при існуючому потенціалі для вирощування та збуту, а також у сприятливих природно-кліматичних умовах важко конкурувати, особливо за товарним виглядом, із іноземною продукцією на національному аграрному ринку або виходити на закордонні ринки. Тому важливим є впровадження інноваційних технологій вирощування, наприклад, селекційної роботи, нових сортів овочевих культур, краплинного зрошення.

**Висновки.** Досліджуючи специфіку діяльності виробників сільськогосподарської продукції, можна зробити висновок, що вона має

особливий вплив на здійснення ефективного розвитку національного аграрного ринку, а отже, і в цілому на економіку України. Визначено, що основними перешкодами функціонування ринку є проблеми, пов'язані з логістикою та транспортуванням, переговорним процесом, умовами оплати, необхідність державної підтримки. Покращання ситуації можливе лише завдяки великим спеціалізованим сільськогосподарським підприємствам, які вирощуватимуть та зберігатимуть продукцію за допомогою сучасних технологій, що дозволять зменшувати собівартість, тим самим знизити ціни реалізації. На разі галузь є достатньо трудомісткою, зазвичай неможливо запланувати об'єми вирощеної продукції заздалегідь, а тому запланувати конкретні показники її збуту. Надто дорогі кредити також перешкоджають роботі виробників, адже врожай як продукт, що швидко псується, заставаю розглядатись не може. Визначено необхідність упровадження інноваційних технологій в аграрному секторі, особливо у вирощуванні, наприклад, проведення сучасних селекційних робіт, виведення та вирощування нових сортів овочевих культур, краплинне зрошування.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурковська А.В. Ринку аграрної продукції – належний маркетинг / А.В. Бурковська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2014. – № 4(28). – С. 77–84.
2. Запорожець О.М. Огляд ринку свіжої плодово-овочевої продукції в Україні / О.М. Запорожець. – К.: PMR Consulting, – 2015. – 72 с.
3. Занула А. Програма з продовольчої безпеки і ріст цін / А. Занула [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/news/2010/09/100930.html>.
4. Сич З. Українські стандарти відкрили перспективу для експорту овочів / З. Сич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ovoschevodstvo.com/journal/browse/201007/article/193/>.
5. Берлач Н. Становлення органічного сільського господарства в Україні: адміністративно-правовий аспект / Н. Берлач [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-prensa.com/article-357.html>.
6. Добош Г. Сертифікація органічної продукції / Г. Добош [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/2139540.html>.
7. Хамініч С.Ю. Енергетична складова конкурентоспроможності сільського господарства / С.Ю. Хамініч, А.А. Пабат // Вісник Сумського нац. аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2011. – С. 3–6.