

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

ЯСНОЛОБ ІЛОНА ОЛЕКСАНДРІВНА



УДК 338.439.5:631.11

**ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ
ПРОДУКЦІЇ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Полтавській державній аграрній академії Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор,
Писаренко Володимир Вікторович,
Полтавська державна аграрна академія,
завідувач кафедри маркетингу.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор,
Мармуль Лариса Олександрівна,
Одеська національна академія харчових
технологій, завідувач кафедри економічної
теорії та фінансово-економічної безпеки;

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
Рудь Вікторія Петрівна,
Інститут овочівництва і баштанництва НААН,
провідний науковий співробітник
лабораторії інноваційно-інвестиційного розвитку
овочевого ринку та інтелектуальної власності.

Захист відбудеться «30» червня 2016 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 44.887.01 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук в Полтавській державній аграрній академії за адресою: 36003, м. Полтава, вул. Г. Сковороди, 1/3, навчальний корпус №4, ауд. 417.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Полтавської державної аграрної академії за адресою: 36003, м. Полтава, вул. Г. Сковороди, 1/3, навчальний корпус №2.

Автореферат розісланий 30 травня 2016 р.

**Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради**



Т.В. Дядик

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Однією з основних галузей агропромислового комплексу є плодоовочівництво. За останні півстоліття спостерігається динамічний його розвиток у всіх країнах світу, що обумовлено щорічним зростанням попиту на овочі та фрукти. Аргументом на підтвердження цього факту є офіційна статистика Продовольчої та сільськогосподарської організації (ФАО), за оцінками якої відбуватиметься постійне зростання виробництва плодоовочевої продукції.

Необхідно зазначити, Україна має значні конкурентні переваги для розвитку ринку плодоовочевої продукції, проте цей потенціал не реалізується у повній мірі. Трансформаційні процеси, перехід на ринкові умови господарювання, зміна організаційно-правових форм ведення бізнесу суттєво вплинули на його формування та функціонування. Стримуючими факторами розвитку ринку плодоовочевої продукції залишається нерозвиненість інфраструктури, недостатнє фінансування та недосконале інституційне середовище.

Сучасний ринок плодоовочевої продукції характеризується: суттєвими відмінностями в рівнях виробництва і споживання продукції у регіонах, істотним скороченням площ посіву та валових зборів культур плодоовочевої групи у сільськогосподарських підприємствах, вузьким асортиментом товарів, що пропонуються вітчизняними товаровиробниками, перенасиченістю внутрішнього ринку імпортованою продукцією, застарілістю обладнання, відсутністю сховищ, занепадом переробних підприємств, значною залежністю від кон'юнктури зовнішніх ринків продовольства та нерозвиненим інфраструктурним середовищем. Відсутність системного підходу до формування та забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції зумовлює необхідність пошуку нових форм взаємодії основних його учасників.

Наукову базу дослідження становлять роботи відомих вітчизняних і зарубіжних учених. Дослідження проблем формування та розвитку аграрних ринків відображені у наукових працях: В.Г. Андрійчука, В.Я. Амбросова, П.І. Гайдуцького, І.Г. Кириленка, Ю.С. Коваленка, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, Л.О. Мармуль, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака. Окремі проблеми функціонування ринків сільськогосподарської продукції досліджені В.В. Апоп'єм, Б.В. Губським, Б.П. Дмитруком, О.В. Погрібним та іншими вченими. Зокрема, питанням дослідження ринку плодоовочевої продукції присвячені праці В.І. Артиша, Г.П. Атамась, О.В. Березіна, І.С. Воронецької, Ф.Д. Кожуріна, Т.В. Кучеренко, К.В. Мазур, В.О. Муковоза, В.В. Писаренка, В.П. Рудь. Незважаючи на наявність значної кількості наукових праць та досліджень щодо різних аспектів формування плодоовочевого ринку, відсутні комплексні та системні розробки, де ринок плодоовочевої продукції розглядався б як цілісне утворення. Невирішеним залишається питання забезпечення населення свіжою та переробленою плодоовочевою продукцією в умовах

несприятливого зовнішнього та внутрішнього середовища. Актуальність зазначених проблем та нагальна необхідність їх вирішення стали ключовими при виборі теми дисертації, визначили її основну мету, завдання та структурно-логічну побудову.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконана відповідно до напрямів науково-дослідних робіт Полтавської державної аграрної академії за темами «Організаційно-економічний механізм формування конкурентоспроможності агропромислового комплексу» (номер державної реєстрації 0104U002550) та «Формування конкурентної стратегії підприємств АПК та регулювання цінової політики на ринку сільськогосподарської продукції» (номер державної реєстрації 0111U002782). У межах цих тематик автором здійсненні дослідження, на основі яких були обґрунтовані заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції області.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є наукове обґрунтування, розробка і надання практичних рекомендацій щодо формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні наукові завдання:

- з'ясування сутнісної характеристики, специфіки та структури ринку плодоовочевої продукції;
- узагальнення теоретичних засад формування та оцінки функціонування ринку плодоовочевої продукції;
- аналіз сучасного стану ринку та особливостей формування споживчого попиту на плодоовочеву продукцію;
- розробка напрямів удосконалення інфраструктурного середовища ринку плодоовочевої продукції;
- здійснення оптимізації товарної структури продукції овочівництва за її попитом у ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області;
- формування мережі логістичних розподільчих центрів за умов мінімізації вантажоперевезень плодоовочевої продукції.

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні положення формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять діалектичний метод пізнання, системний підхід до використання загальних положень економічної теорії, наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених з питань формування аграрних ринків та їх інфраструктури.

У процесі дослідження ринку плодоовочевої продукції були використані загальноприйняті методи і прийоми: *сукупність наукових прийомів абстрактно-логічного методу* (індукція, дедукція, аналіз, синтез, аналогії, співставлення) – у процесі вивчення теоретичних засад формування та розвитку ринку; *монографічний метод* – використано при опрацюванні літературних джерел, законодавчих та інших нормативно-правових актів, з метою

висвітлення поглядів вчених на досліджувану проблему; *метод ретроспективного аналізу* – при вивченні основних передумов становлення та розвитку плодоовочівництва у досліджуваному регіоні; *факторний та графічний методи* – у визначенні та дослідженні впливу кон'юнктури на розвиток ринку; *метод опитування* – у процесі дослідження особливостей формування ринкового попиту та смакових переваг споживачів; *метод групування* – при розробці пропозицій щодо формування ґрунтово-кліматичних територій; *методи оптимізації та прогнозування* – при вирішенні задачі розподілу товарної структури овочів; *методи економіко-математичного моделювання* – при визначенні координат розміщення логістичних розподільчих центрів.

Інформаційну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем досліджуваного питання, законодавчі та нормативно-правові акти України, матеріали Державної служби статистики України та Полтавської області, офіційні вибіркові статистичні дані (Полтавського, Кременчуцького Карлівського та інших районів), результати опитування споживачів, джерела інформаційно-аналітичних матеріалів профільних організацій та періодичні галузеві видання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному дослідженні та визначенні шляхів формування і забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції та розробці науково-обґрунтованих практичних рекомендацій щодо формування мережі логістичних розподільчих центрів з метою розвитку його інфраструктури.

Наукова новизна результатів дослідження конкретизується у таких положеннях:

вперше:

– запропоновано формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області за видами вирощування продукції овочівництва (капусти, огірків, помідорів, цибулі ріпчастої, буряків столових, моркви столової), методом групування за географічною близькістю розміщення, структури, спеціалізації й інтенсифікації виробництва та здійснено оптимізацію розподілу товарної структури овочів, відповідно до її попиту, за критерієм мінімуму витрат на їх споживання і транспортування до споживача, в межах локальних ринків виділених районів;

удосконалено:

– функціональну структуру ринку плодоовочевої продукції, яка на відміну від існуючої включає: сферу виробництва та заготівлі плодоовочевої сировини (виробнича інфраструктура); сферу зберігання та переробки (логістична інфраструктура); сферу товарно-грошового обігу та збуту, яка охоплює мережу підприємств оптово-роздрібною торгівлі та громадського харчування та сферу споживання кінцевого продукту;

– оцінку функціонування ринку плодоовочевої продукції, яка на відміну від існуючих, включає етапи: визначення структурних характеристик ринку; аналіз показників попиту та вивчення його еластичності; оцінку основних параметрів та визначення обсягу пропозиції; встановлення умов оптимального

співвідношення попиту та пропозиції на ринку плодоовочевої продукції та факторів, що на них впливають; аналіз і оцінку кон'юнктури; показника місткості ринку та його сегментування; аналіз конкурентного середовища; цінових параметрів розвитку ринку; розрахунок рівня забезпеченості власним виробництвом плодоовочевої продукції на внутрішньому ринку;

– формування логістичних розподільчих центрів та мінімізовано вантажоперевезення плодоовочевої продукції, що на відміну від існуючого порядку, включає: вибір оптимального місця розміщення, мінімум витрат на логістичне обслуговування, розвинене транспортне сполучення між містами Полтавської області та великими містами сусідніх областей, наявність незабезпеченого попиту на локальних ринках;

дістали подальший розвиток:

– оцінка суб'єктивної визначеності респондентів аграрно-промислової території щодо смакових переваг на овочеву продукцію в умовах низької купівельної спроможності населення та формування ринкового попиту для споживачів плодоовочевої продукції із сукупними доходами нижче прожиткового мінімуму;

– напрями використання інфраструктурного середовища ринку щодо пропозиції плодоовочевої продукції поза сезонами вирощування та формування цінової політики на овочі і фрукти за якістю та способами їх упаковки.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що вони створюють основу для вирішення проблеми формування, розвитку та забезпечення ефективного функціонування локального та національного плодоовочевого ринку. Найбільшу практичну цінність мають наступні розробки: методика комплексного підходу до оцінки ринку плодоовочевої продукції, аналізу його стану та тенденцій розвитку; пропозиції щодо формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області; розширення мережі об'єктів інфраструктурного середовища. Висновки та пропозиції дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних рекомендацій та можуть бути використані в роботі державних органів влади, підприємств різних форм власності, підприємницькими структурами, науково-дослідними установами з метою підвищення ефективності їх діяльності та у навчальному процесі.

Одержані в процесі дисертаційного дослідження результати та пропозиції щодо формування регіонального ринку плодоовочевої продукції у м. Полтаві рекомендовані до впровадження спеціалістами Управління агропромислового розвитку Полтавської районної державної адміністрації (довідка № 441/01-08 від 23.10.2013 р.), розроблена модель оптимізації обсягів виробництва овочевих та плодово-ягідних культур прийнята до впровадження в Управління агропромислового розвитку Карлівської районної державної адміністрації (довідка № 184/01-03 від 10.09.2015 р.).

Пропозиції автора щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції впроваджено у ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Полтава-біопродукт Полтавський консервний завод» (довідка № 106 від 22.10.2013 р.). ТОВ «Полтава-сад» Полтавського району прийняло до впровадження заходи щодо підвищення ефективності виробництва плодоовочевої продукції (довідка

№ 36 від 15.08.2015 р.). Це засвідчило можливість використання результатів дисертаційного дослідження на підприємствах плодоовочевого підкомплексу різних організаційно-правових форм.

Методичні розробки і теоретичні положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Полтавської державної аграрної академії при викладанні дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», для підготовки бакалаврів, спеціалістів і магістрів зі спеціальностей «Економіка підприємства» та «Менеджмент» (довідка № 01-06/135 від 21.12.2015 р.). Розроблені заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку плодоовочевої продукції були використані при виконанні науково-дослідних тематик кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії (довідка № 01-06/138 від 31.12.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Наукові результати, що викладені в дисертаційній роботі і виносяться на захист, отримані автором особисто і знайшли відображення у наукових працях. Серед тих, що виконані у співавторстві, в дисертації використані лише ті положення, що є результатом особистих досліджень здобувача та при погодженні зі співавторами.

Апробація результатів дисертації. Зміст основних результатів дисертаційної роботи оприлюднені на міжнародних і всеукраїнських наукових, науково-методичних та науково-практичних конференціях, зокрема: конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2010 році (м. Полтава, 18-19 квітня 2011 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення продовольчого ринку України» (м. Полтава, 17-18 травня 2011 р.); конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2011 році (м. Полтава, 20-21 квітня 2012 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства» (м. Полтава, 15-16 травня 2012 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності» (м. Київ, 22-23 лютого 2013 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 15-16 березня 2013 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства» (м. Полтава, 23-24 квітня 2013 р.); I Міжнародній науково-теоретичній конференції молодих вчених і студентів «Менеджмент та маркетинг: сучасні глобальні виклики» (м. Донецьк, 16-17 травня 2013 р.); конференція професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2013 році (м. Полтава, 20-21 квітня 2014 р.); Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Аграрная наука, образование, производство: актуальные вопросы» (г. Новосибирск, 18-19 мая 2015 г.); Международной научно-практической конференции «Перспективные направления устойчивого развития сельских территорий в условиях ВТО и импортозамещения» (г. Новосибирск, 11 сентября 2014 г.); XIII Международной научно-практической конференции «Формирование конкурентоспособной экономики АПК региона: теоретический

и практический аспекты» (г. Барнаул, 23-24 сентября 2014 г.); 8-й Всероссийской научно-практической конференции «Управление качеством образования, продукции и окружающей среды» (г. Бийск, 14-15 ноября 2014 г.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингове забезпечення продуктового ринку» (м. Полтава, 19-20 травня 2015 р.).

Публікації. Основні положення дисертаційного дослідження відображено у 28 наукових працях, зокрема: в 1 колективній монографії; 10 статтях, надрукованих у наукових фахових виданнях, з них 9 – одноосібних; 3 статтях у іноземних виданнях; 14 матеріалах конференцій, з них 4 – іноземні. Загальний обсяг опублікованих наукових праць становить 8,2 ум. друк. арк., з яких особисто автору належить 7,8 ум. друк. арк.

Обсяг та структура дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літературних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 297 сторінок, з яких основний зміст роботи викладено на 221 сторінці комп'ютерного тексту. Дисертація містить 65 таблиць, 33 рисунки, 34 додатки, розміщених на 44 сторінках. Список використаних джерел налічує 325 найменувань і розміщений на 32 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі – «**Теоретичні засади формування і розвитку ринку плодоовочевої продукції**» на основі вивчення і узагальнення теоретичних здобутків вітчизняних і зарубіжних науковців, що досліджували питання розвитку ринкової економіки розкрито теоретико-методологічні засади сутності ринку як складної економічної категорії. Визначено структуру, особливості розвитку та основні умови ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції.

Запропоновано розмежовувати поняття «аграрний ринок» та «агропромисловий ринок». Перший – це сукупність господарських відносин та цілісна система установ, які забезпечують процеси обміну між виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами (підприємства переробки або населенням). Другий – це ринок засобів виробництва і товарів споживання.

Узагальнивши існуючі твердження, доведено, що специфіка плодоовочевого ринку тісно пов'язана з властивостями плодів та овочів як товарної продукції, що мають певні споживчі якості. Вони впливають на весь шлях реалізації цих продуктів від виробника до споживання. Від так, до основних особливостей становлення ринку плодоовочевої продукції відносимо: соціальну значущість продукції плодоовочівництва та перспективи масштабних економічних здобутків у галузі.

Виходячи з опрацьованих теоретичних поглядів, вважаємо, що плодоовочевий ринок доцільно представити як головний елемент, що координує діяльність з виробництва, переробки та розподілу плодоовочевої продукції за допомогою відповідних механізмів з метою отримання прибутку. Системна природа ринку дає можливість визначити зміст його формування на основі процесу організації основних учасників та елементів ринкової інфраструктури (рис. 1).

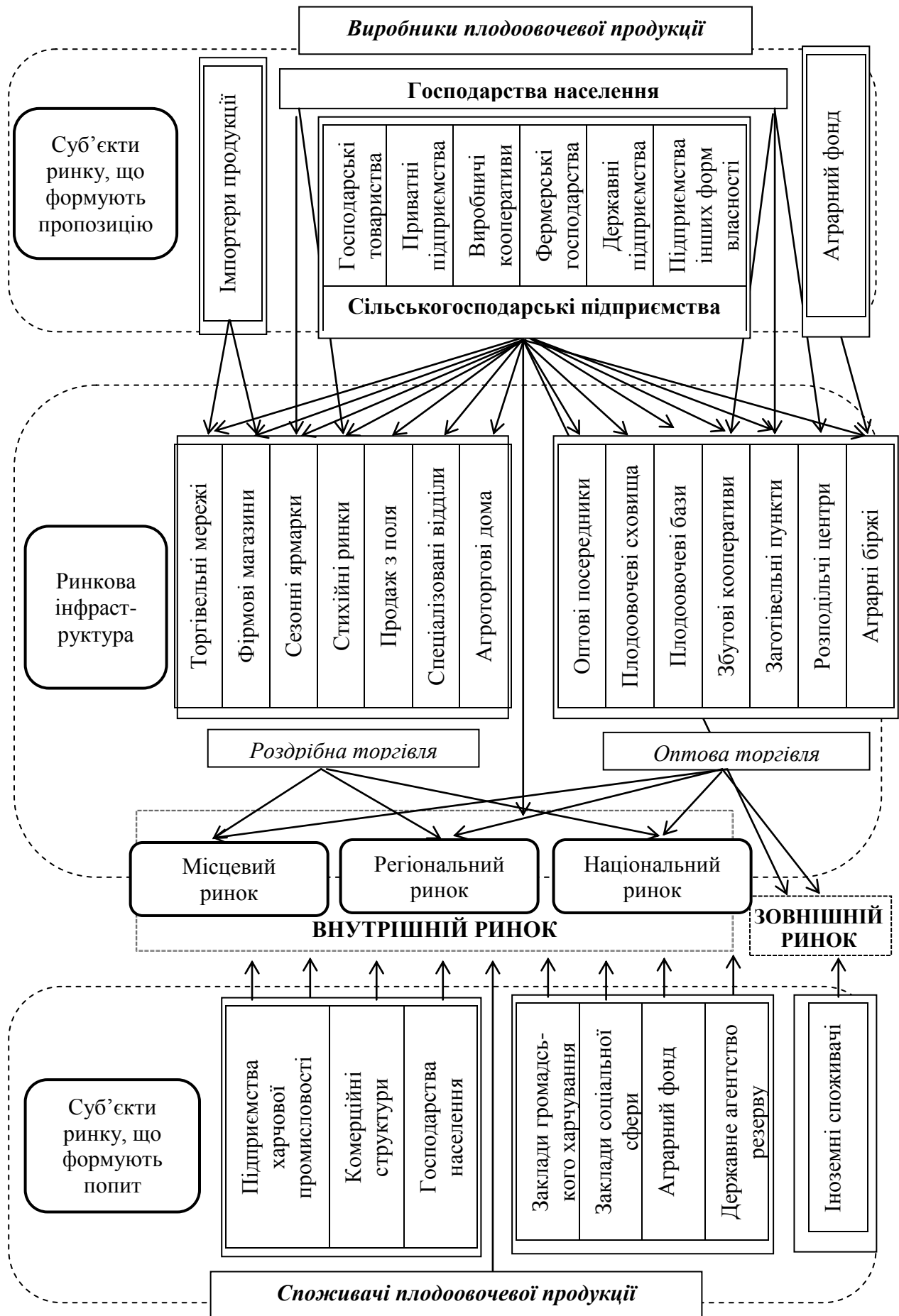


Рис. 1. Функціональна структура ринку плодовоовочевої продукції

Запропонована модель ринку плодоовочевої продукції являє собою цілісну систему взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів. Доведено, що механізм функціонування ринку слід розглядати як взаємодію попиту, пропозиції та ціни в умовах дії економічних законів (вартості, попиту й пропозиції). А ефективність її діяльності забезпечується ринковою інфраструктурою загального (транспорт, зв'язок, фінансово-банківські установи) та спеціального (біржі, ярмарки, аукціони, торгові доми, магазини, міські ринки) призначення.

Сформована методика оцінки ринку плодоовочевої продукції заснована на дослідженні його структурних характеристик, аналізі його основних параметрів (попиту, пропозиції, ціни) та визначенні умов їх оптимального співвідношення.

У другому розділі – **«Стан споживчого ринку та ефективність товаровиробництва плодоовочевої продукції у Полтавській області»** здійснено дослідження сучасного стану та місткості локального ринку плодоовочевої продукції, аналіз динаміки показників його розвитку у ретроспективі, оцінку формування споживчого попиту. Визначено складові ринкової кон'юнктури, проаналізовано основні канали збуту та особливості формування ціни.

Характерною особливістю територіального ринку Полтавської області є нееластичний попит на плодоовочеву продукцію і продукти її переробки. Така реакція зумовлена тим, що споживачі скорочують обсяги купівлі продукції при зростанні на неї ціни, і навпаки, при зниженні ціни споживають її більше.

Кон'юнктурний аналіз показав, що ринковий попит на плодоовочеву продукцію в області формувалася під впливом фактичного попиту, який включав закупки кінцевих споживачів, продукцію на переробку, корми, насіння, іншу реалізацію і втрати (табл. 1). Слід зазначити, що за 2010 – 2014 рр. попит на неї збільшився на 77,2 тис. т або на 18,4 %, що, насамперед, було забезпечено ростом її споживання на 18,2 тис. т, (7,1 %). У цілому, під впливом росту попиту на овочі обсяги пропонованої виробниками продукції зросли на 359,2 тис. т або 68,2 %. Основна частина пропозиції була представлена продукцією власного виробництва.

Що стосується попиту на фрукти, то за останні п'ять років спостерігається його приріст на 4,8 тис. т, або 4,3 % (переважно за рахунок зростання обсягів реалізації за іншими каналами). При цьому, зменшуються обсяги їх споживання та переробки. Формування пропозиції відбувалося також переважно за рахунок регіонального виробництва плодів та ягід (на 92,1-108,0 %). Слід зазначити, що за досліджуваний період, обсяги пропозиції зменшилися на 5 тис. т (4,1 %).

Фонд споживання плодоовочевої продукції збільшився на 16,8 тис. т (5,1%), що обумовлено зростанням показника загальної місткості ринку на 402,6 тис. т (67,1%). При рівні виробництва 433,0 кг на одну особу в рік, обсяги споживання плодоовочів становили 239,7 кг (50,0% пропонованого об'єму). Крім того, на споживання плодоовочевої продукції впливав чисельний склад сім'ї. Родини з дітьми до 18 років на придбання овочів та фруктів витрачали значно менше, ніж домогосподарства без дітей, а із зростанням кількості останніх споживання аналізованих продуктів скорочувалося ще у 2 рази.

**Кон'юнктура ринку плодоовочевої продукції у Полтавській області
за 2010–2014 рр.**

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2010 р.
Овочі						
Попит, тис. т – всього	419,9	480,7	468,6	471,4	497,1	118,4
у т.ч.: споживання	257,2	294,9	290	278,3	275,4	107,1
передано на переробку	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
на корм	55,1	72,2	86,3	91,3	105,1	190,7
на посів	2,5	2,6	2,6	2,4	2,7	108,0
інша реалізація та витрати	105,1	110,9	89,6	99,4	113,9	108,4
Пропозиція, тис. т – всього	526,7	616,8	635,6	797,6	885,9	168,2
у т.ч.: запаси на початок року	97,6	95,3	123,8	157,4	156,6	160,5
виробництво	423,6	518,0	511,2	483,1	543,2	128,2
інші надходження	5,5	3,5	0,6	0,5	0,5	9,1
Запаси на кінець року, тис. т	95,3	123,8	157,4	156,6	185,6	194,8
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,797	0,779	0,737	0,591	0,561	70,4
Плоди та ягоди						
Попит, тис. т – всього	112,3	106,5	102,5	122,7	117,1	104,3
у т.ч.: споживання	74,4	77,5	80,8	84,2	73,0	98,1
передано на переробку	10,0	14,5	14,1	15,6	9,8	98,0
на корм	3,2	2,9	2,8	3,1	2,8	87,5
інша реалізація та витрати	24,7	11,6	4,8	19,8	31,5	127,5
Пропозиція, тис. т – всього	122,1	111,5	106	122,7	117,1	95,9
у т.ч.: запаси на початок року	17,7	13,7	12,7	12,4	18,7	105,6
виробництво	102,5	96	93,3	118,1	108,4	105,8
інші надходження	1,9	1,8	0,0	1,6	1,6	84,2
Запаси на кінець року, тис. т	13,7	12,7	12,4	18,7	16,2	118,2
Коефіцієнт ринкової кон'юнктури	0,921	0,955	0,967	1,039	1,080	117,4

Встановлено, що регіональне виробництво овочів у 2010–2014 рр. дозволило задовольнити потреби населення Полтавської області і більше того, здатне постачати товари на ринки інших регіонів (виробництво овочів на одного мешканця значно перевищує його споживання). По фруктах, навпаки, можливості садівництва не відповідали величині платоспроможного попиту населення, тому нестача їх компенсувалася за рахунок ввезення товарів із сусідніх областей та країн.

У процесі оцінки суб'єктивної визначеності респондентів аграрно-промислової території, було проведено опитування населення щодо формування їх смакових переваг та споживчого ринкового попиту (табл. 2).

Опитування споживачів показали, що 89,0 % респондентів вважають, що овочі та фрукти споживаються ними у недостатній мірі. Головною причиною недостатності споживання, для більшості покупців, є нестача коштів на їх придбання (67,0 % опитаних). Так, 56,0 % респондентів зазначили, що мають можливість споживати овочі та фрукти декілька разів на тиждень, 37,0 % – щодня, 7,0 % – лише раз на тиждень, що свідчить про досить великі обсяги споживання плодоовочевої продукції у Полтавській області.

Результати опитувань населення Полтавської області щодо споживання ними плодоовочевої продукції

Запитання	Варіанти відповідей	Кількість респондентів, осіб			Структура, %		
		чоло- віки	жінки	у цілому	чоло- віки	жінки	у цілому
Як часто Ви споживаєте овочі та фрукти?	щодня	18	38	56	12,0	25,0	37,0
	кілька разів на тиждень	17	68	84	11,0	45,0	56,0
	раз на тиждень	3	8	11	2,0	5,0	7,0
	раз на місяць	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Чи достатньо Ви споживаєте овочів та фруктів?	достатньо	11	6	17	7,0	4,0	11,0
	недостатньо	27	107	134	18,0	71,0	89,0
Які основні причини їх недостатнього споживання	брак часу на придбання	8	23	30	5,0	15,0	20,0
	нестача грошових коштів	17	84	101	11,0	56,0	67,0
	не люблю	14	6	20	9,0	4,0	13,0
Які овочі та фрукти переважають у раціоні Вашого харчування?	огородини (характерні для регіону)	29	101	129	19,0	67,0	86,0
	екзотичні (імпортовані з інших країн)	9	12	21	6,0	8,0	14,0
Яким овочам Ви надаєте перевагу при купівлі?	«борщового набору»: помідори, морква, буряк, цибуля, капуста	18	66	84	12,0	44,0	56,0
	баклажани, кабачки, гарбузи, перець, салати	5	14	18	3,0	9,0	12,0
	томати «черрі», броколі, салатні сорти цибулі, цибуля-порей	9	18	27	6,0	12,0	18,0
	брюссельська, цвітна, пекінська капуста, салати	6	15	21	4,0	10,0	14,0
Яким плодам і ягодам Ви надаєте перевагу при купівлі?	яблука, груші, айва	12	60	72	8,0	40,0	48,0
	вишня, черешня, слива, абрикос, персик	14	21	35	9,0	14,0	23,0
	суниця, полуниця, агрус, смородина	6	20	26	4,0	13,0	17,0
	банани, апельсини, лимони, грейпфрути, ківі, ананас	6	12	18	4,0	8,0	12,0

Виявлено, що 56 % опитаних споживачів плодоовочевої продукції надають перевагу помідорам, моркві, цибулі, буряку, капусті («борщовий набір»). За видовим складом фруктів, близько половини опитаних віддали свої смакові переваги споживанню яблук.

Аналізуючи канали роздрібного продажу плодоовочевої продукції, встановлено, що різні категорії населення (виходячи, насамперед, із рівня доходів) обирають різні місця для їх придбання. Так, найвищі ціни на овочі та фрукти формуються у супермаркетах та продуктових магазинах, середні – у

торговельно-сервісних комплексах та палатках, кіосках, а найбільш низькі – на міських, придорожніх і стихійних ринках та у виробників, що реалізують власну продукцію з поля. Незважаючи на це, на нашу думку, основну роль при роздрібній їх реалізації, повинні відігравати супермаркети, в асортименті яких доцільно акцентувати увагу на найбільш популярних етнічних продуктах кожного регіону.

У третьому розділі – **«Перспективні напрями розвитку ринку плодоовочевої продукції»** визначено основні резерви підвищення ефективності та оптимізації обсягів виробництва плодоовочевої продукції; удосконалено механізм її розподілу у системі забезпечення населення регіону; запропоновано формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області; обґрунтовано доцільність розширення мережі інфраструктурних об'єктів шляхом створення локальних розподільчих центрів

З'ясовано, що у Полтавській області існують певні територіальні відмінності в рівнях спеціалізації та розвитку сільського господарства, які необхідно враховувати у практиці. Враховуючи географічну близькість розміщення, структуру спеціалізації та інтенсифікації, запропоновано згрупувати адміністративні райони області у ґрунтово-кліматичні райони: Центрально-Лісостеповий – загальною місткістю 4415,0 тис. ц (41,1 %); Північно-Лісостеповий – 2225,0 тис. ц (22,7 %) та Південно-Лісостеповий – 2218,0 тис. ц (20,7 %) та Південно-Степовий – 1157,0 тис. ц (10,8 %).

Забезпечення пропозиції на ринку плодоовочевої продукції в межах адміністративних районів та окремих ґрунтово-кліматичних територій значно відрізняється і ці відхилення посилюються з роками. Спостерігається ситуація, коли найбільш високому рівню споживання відповідає порівняно невисокий рівень їх виробництва. Для вирішення цієї проблеми нами запропоновано математичну модель оптимізації розподілу товарної структури овочів, відповідно до їх попиту, за критерієм мінімуму витрат на їх споживання і транспортування.

Застосувавши задачу оптимального розподілу продукції овочівництва по ґрунтово-кліматичних районах Полтавської області та виходячи з мінімально-необхідних об'ємів їх споживання, нами були виявлені надлишки відносно потреб населення по таким овочевим культурам: огіркам у розмірі – 397,3; столових буряках – 404,1; моркві – 345,3; цибулі – 250,5 тис. ц. При цьому спостерігається нестача 2226,0 тис. ц помідорів та 384,6 тис. ц капусти, потребу в якій пропонується перекрити постачанням продукції із сусідніх районів. Надлишкові об'єми виробництва овочів доцільно реалізовувати у сусідні області або експортувати.

Вирішення проблеми рівномірного забезпечення населення області овочевою продукцією та оптимального перерозподілу її надлишків вбачаємо у формуванні мережі логістичних розподільчих центрів. З використанням транспортної задачі закритого типу, були визначені координати оптимальних місць розміщення центрів за умов: мінімуму витрат на логістичне обслуговування, врахування рівня розвитку транспортного сполучення та наявності незабезпеченого попиту на локальних ринках (рис. 2).

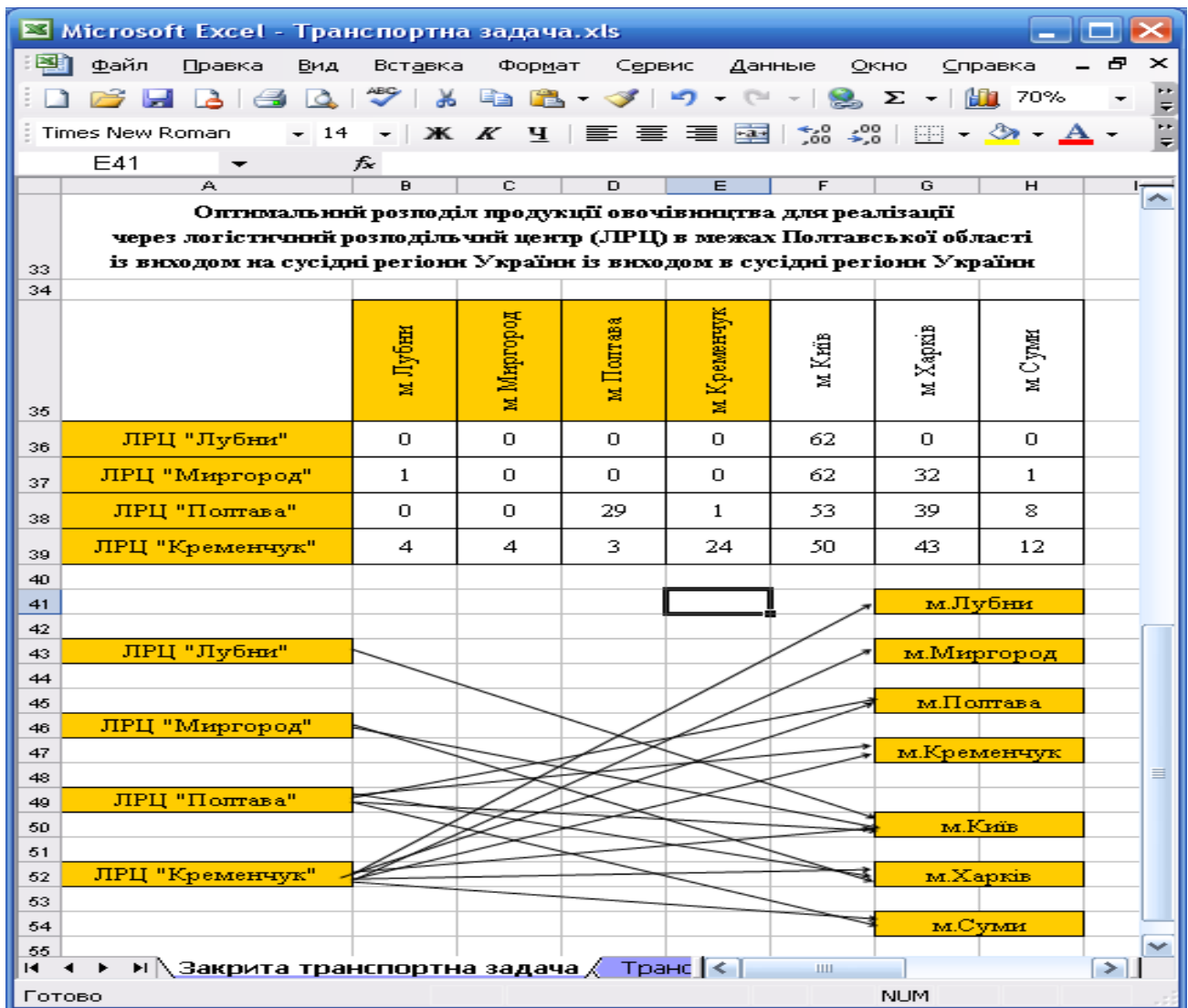


Рис. 2. Схема оптимального розподілу продукції овочівництва із логістичних розподільчих центрів на ринки збуту за умови мінімізації вантажоперевезень

Такими містами є: м. Лубни, м. Миргород, м. Полтава, м. Кременчук, де проживає найбільша кількість населення і спостерігається постійне зростання попиту на продукцію плодоовочевої групи. Наявність розвинутого транспортного сполучення: автомобільних доріг та залізничного сполучення робить їх найбільш зручними для транспортування овочів за межі області. У результаті знайдено оптимальне рішення розподілення всіх запасів овочів, що дозволяє повністю задовольнити попит споживачів. При цьому, досягнутий показник мінімального обсягу вантажоперевезення – 92949 тис. т-км.

Розбудові плодоовочевої інфраструктури Полтавської області сприятиме створення локального оптового ринку, що дозволить: оптимізувати канали руху продукції від виробника до переробних підприємств та інших споживачів; підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників; утворити ефективне ринкове середовище для реалізації плодоовочевої продукції; сформувані механізм прозорого ціноутворення з урахуванням попиту і пропозиції; створити систему прогнозованого виробництва та збуту; розширити експортний потенціал регіону.

ВИСНОВКИ

У дисертації представлено нове вирішення наукової проблеми забезпечення населення плодоовочевою продукцією у достатньому обсязі та її ефективному перерозподілі. Дана оцінка та виявлені можливості виробничого потенціалу Полтавської області, а також визначені перспективні напрями формування та забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції. Результати дисертаційного дослідження дозволили сформулювати наступні висновки та пропозиції, які мають теоретико-методологічне та практичне значення:

1. Споживчий ринок плодоовочевої продукції, за предметно-функціональним і географічним і структурним аспектами є самостійним. Підставою для цього є відокремлені масштаби виробництва – значні загальні обсяги виробленої продукції та участь в цьому процесі всього територіального простору країни. Специфіка ринку товарної продукції плодів та овочів має певні споживчі властивості. Вона пов'язана із термінами реалізації цих продуктів починаючи з виробництва овочів і закінчуючи поставкою до кінцевих споживачів, товароруху, комунікації, цінової політики, продажу, після продажного обслуговування клієнтів.

2. Єдиних і чітких алгоритмів оцінки функціонування плодоовочевого ринку не існує. Запропонований комплексний методичний підхід до оцінки ринку плодоовочевої продукції включає дослідження його структурних характеристик, аналіз основних параметрів ринку (попиту, пропозиції, ціни) та умов їх оптимального співвідношення, оцінку ринкової кон'юнктури, визначення місткості ринку та його сегментування, дослідження конкурентів та розрахунок рівня залежності від зовнішніх ринків.

3. Виявлено, що 56 % опитаних споживачів плодоовочевої продукції надають перевагу помідорам, моркві, цибулі, буряку, капусті («борщовий набір»). За видовим складом фруктів, близько половини опитаних віддали свої смакові переваги споживанню яблук. У структурі плодово-ягідних продуктів частка споживання кісточкових порід, зокрема – черешні, абрикосу, персика становить 23,0 % та ягід – 17,0 %. Низький рівень доходів населення – 37 % опитаних респондентів обумовлює купівлю фруктів і овочів на місцевих ринках. При цьому 78 % опитаних незадоволені якістю продукції на ринку. Споживачі готові платити вищу ціну за продукцію гарантованої якості.

4. Споживачі з вищими рівнями доходів віддають перевагу супермаркетам, де їх якість вища, а асортимент ширший ніж на придорожніх і стихійних ринках чи у невеликих продовольчих магазинах. У ході дослідження виявлено, що 52,0 % покупців супермаркетів зазначили, що основним регулярним місцем купівлі плодоовочевої продукції поза сезоном вирощування (протягом листопада-травня) є плодоовочеві секції торгових мереж і лише 23,0 % купують овочі і фрукти в цей час на ринках. Зворотна тенденція спостерігається у сезон масового вирощування – 55,0 % опитаних регулярно купують овочі та фрукти на ринках і лише 16,0 % – у місцевих продуктових мережах. Крім того, 16,0 % опитаних вказали на спеціалізовані плодоовочеві

магазини та кіоски як основне місце купівлі овочевої продукції поза сезоном її виробництва. При цьому, 78,0 % опитаних, відзначають незадоволеність якістю пропонованої на ринку продукції. Вимоги, які споживачі висувають до плодоовочевої продукції, залежать від конкретного її виду: зокрема, переважна більшість споживачів – 62,0 % зазначають, що готові сплачувати вищу ціну ніж на споживчому ринку за продукцію гарантованої якості – 42,0 %, помитої та відсортованої – по 14,0 %. Слід відмітити, що 30,0 % опитаних бажають купувати упаковану плодоовочеву продукцію: 37,0 % – у сітках, 23,0 % – по штучно, 21,0 % – у пластиковій упаковці, 19,0 % – у картонних ящиках.

5. За результатами оптимізації товарного виробництва овочів по ґрунтово-кліматичних районах області з урахуванням мінімально-необхідних обсягів споживання виявлено надлишок, відносно потреб населення, по таким видам овочевої продукції: огіркам у розмірі – 397,3; столових буряках – 404,1; моркві – 345,3; цибулі – 250,5 тис. ц. При цьому спостерігається нестача 2226,0 тис. ц помідорів та 384,6 тис. ц капусти, потребу в якій пропонуємо забезпечити постачанням продукції з сусідніх районів. Надлишкові об'єми виробництва овочів, вважаємо за доцільне, реалізовувати у сусідні області або експортувати.

6. Тенденція зростання обсягів товарного виробництва плодів і овочів має зберігатись і в найближчу перспективу, так як їх ринок в Полтавській області ще не насичений. Ця галузь може бути рентабельною навіть при надвиробництві. Згідно оптимального плану забезпечення населення плодоовочевою продукцією найбільш перспективним заходом є створення логістичних розподільчих центрів ринкового економічного простору у м. Лубни, м. Миргороді, м. Полтаві, м. Кременчуці. Обсяги виробництва овочів, що реалізуються навколо цих центрів є найбільшими, а ринки збуту в зазначених місцях мають найбільшу місткість. Зручність у плані логістики тут надає також розвинене транспортне сполучення. Побудова мережі логістичних розподільчих центрів плодоовочевої продукції дозволить суттєво зменшити витрати, що виникають у процесі доведення товарів від виробників до споживачів, а через них і на кінцеву вартість реалізованого продукту.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографія:

1. Яснолоб І.О. Розвиток кооперації на плодоовочевому ринку України / І.О. Яснолоб, Т.О. Чайка // Екологічні, соціальні й економічні аспекти розвитку АПК на засадах раціонального ресурсовикористання: [кол. моногр.] / за ред. П.В. Писаренка, Т.О. Чайки, О.О. Ласло. – П.: Видавництво «Сімон», 2015. – С. 147–155 (*особистий внесок здобувача: огляд і систематизація літературних джерел щодо визначення сутності поняття «кооперація»; визначено перспективні напрями розвитку кооперації на плодоовочевому ринку*).

Статті у наукових фахових виданнях:

2. Яснолоб І.О. Формування ефективної інфраструктури плодоовочевого ринку / В.В. Писаренко, І.О. Яснолоб // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 113. –

Харків: ХНТУСГ. – 2011. – С. 20–27 (*особистий внесок здобувача: розроблена модель функціональної структури плодоовочевого ринку*).

3. Яснолоб І.О. Адаптація зарубіжного досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 317–322.

4. Яснолоб І.О. Закордонний та вітчизняний досвід розвитку кооперації та інтеграції в овочепродуктовому підкомплексі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 3. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 307–312.

5. Яснолоб І.О. Реалізація плодоовочевої продукції під власною торговою маркою мережі / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 1 (4). – Т. 1. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2012. – С. 346–350.

6. Яснолоб І.О. Напрями підвищення рівня інтенсифікації на плодоовочевому ринку / І.О. Яснолоб // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №4 [42]. – С. 225–228.

7. Яснолоб І.О. Особливості встановлення ціни на плодоовочеву продукцію / І.О. Яснолоб // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2013. – №1 (63). – С. 346–348.

8. Яснолоб І.О. Актуальні проблеми розвитку кооперації на плодоовочевому ринку / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 1 (6). – Т. 2. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2013. – С. 339–345.

9. Яснолоб І.О. Організаційно-економічний механізм функціонування плодоовочевого ринку [Електронний ресурс] / І.О. Яснолоб // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1 (8). – С. 327–336. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13yiofpr.pdf>.

10. Яснолоб І.О. Кон'юнктурний аналіз ринку плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Полтава: ПДАА. – 2013. – Вип. 2 (7). – Т. 1. – С. 329–339.

11. Яснолоб І.О. Роль логістики в організації процесу реалізації на сільськогосподарських підприємствах / Т.О. Чайка, І.О. Яснолоб // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Спецвипуск 2015 року. – Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 330–340 (*особистий внесок здобувача: визначено сутність логістики, встановлено її особливості; окреслені основні завдання логістики в організації процесу реалізації на підприємстві*).

Публікації в закордонних виданнях та міжнародних науково-метричних базах:

12. Яснолоб И.А. Формирование эффективной системы реализации плодоовощной продукции / И.А. Яснолоб // Научно-практический журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»: серия Экономика и право (Российская Федерация, Москва). – Выпуск № 1-2. – 2014. – С. 36–38.

13. Яснолоб И.А. Исследования рынка плодоовощной продукции, как элемент повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов / И.А. Яснолоб // Журнал «Новая экономика» (Республика Беларусь, Минск). – № 1 (63). – 2014. – С. 115–121.

14. Яснолоб И.А. Роль государства и рынка в повышении конкурентоспособности плодоовощной продукции в экономически развитых странах / И.А. Яснолоб // Вестник Курганской ГСХА. (Российская Федерация, Курган) – № 4. – 2014. – С. 9–12.

В інших наукових виданнях:

15. Яснолоб І.О. Розвиток інфраструктури регіонального ринку плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Матеріали конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2010 році. Секція факультету економіки та менеджменту, 26-27 квітня 2011 р. / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава: ПДАА, 2011. – С. 145–150.

16. Яснолоб І.О. Використання світового досвіду при формуванні оптових ринків плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення продовольчого ринку України», 17-18 травня 2011 р. – Полтава: РВВ ПДАА, 2011. – С. 180–182.

17. Яснолоб І.О. Ретроспективний аналіз формування плодоовочевого ринку Полтавської області / І.О. Яснолоб // Матеріали конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2011 році. Секція факультету економіки та менеджменту, 15-16 травня 2012 р. / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава: ПДАА, 2012. – С. 143–144.

18. Яснолоб І.О. Private label: сучасні тенденції плодоовочевого ринку / І.О. Яснолоб // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства», 15-16 травня 2012 р. – Полтава: ПДАА, 2012. – С. 94–96.

19. Яснолоб І.О. Особливості використання логістичних підходів при реалізації плодоовочевої продукції / І.О. Яснолоб // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності», 22-23 лютого 2013 р.: у 2-х частинах. – Київ: ГО «Київський економічний науковий центр», 2013. – Ч. 2. – С. 102–104.

20. Яснолоб І.О. Роль маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності продукції на плодоовочевому ринку / І.О. Яснолоб // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів «Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації», 15-16 березня 2013 р.: у 3 т. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2013. – Ч. 3. – С. 114–116.

21. Яснолоб І.О. Кооперація як основа сталого розвитку плодоовочевого ринку регіону / І.О. Яснолоб // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства», 23-24 квітня 2013 р. – Полтава: ПДАА, 2013. – С. 85–87.

22. Яснолоб І.О. Особливості організації маркетингових досліджень на плодоовочевому ринку України / І.О. Яснолоб // Матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих учених і студентів «Менеджмент та маркетинг: сучасні глобальні виклики», 16-17 травня 2013 р.: у 2-х томах. – Т. 2. – Донецьк: ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», 2013. – С. 149–151.

23. Яснолоб І.О. Напрями удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування плодоовочевого ринку / І.О. Яснолоб // Матеріали конференції професорсько-викладацького складу за результатами науково-дослідної діяльності у 2013 році. Секція факультету економіки та менеджменту, 29-30 травня 2013 р. / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава: ПДАА, 2013. – С. 139–141.

24. Яснолоб І.А. Развитие инфраструктуры регионального плодоовощного рынка / И.А. Яснолоб // Аграрная наука, образование, производство: актуальные вопросы: сборник трудов всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Новосибирск: изд-во НГАУ, 2014. – С. 489–492.

25. Яснолоб І.А. Основные факторы влияния на развитие плодоовощного рынка / И.А. Яснолоб // Перспективные направления устойчивого развития сельских территорий в условиях ВТО и импортозамещения: материалы Международной научно-практической конференции (Новосибирск, 11 сентября 2014 г.) / Российская академия сельскохозяйственных наук, ГНУ «Сибирский научный исследовательский институт экономики сельского хозяйства». – Новосибирск, УО «Гуманитарно-техническая академия» (Республика Казахстан), 2014. – С. 449–453.

26. Яснолоб І.А. Специфические особенности развития рынка плодоовощной продукции / И.А. Яснолоб // Формирование конкурентоспособной экономики АПК региона: теоретический и практический аспекты: материалы XIII Международной научно-практической конференции. Барнаул, 23-24 сентября 2014 г. / Алтайский отдел Федерального государственного бюджетного научного учреждения Сибирский научный исследовательский институт экономики сельского хозяйства; под науч. ред. Г.М. Гриценко. – Барнаул: Алтайский дом печати, 2014. – С. 293–295.

27. Яснолоб І.А. Механизм регулирования цен на рынке плодоовощной продукции / И.А. Яснолоб // Управление качеством образования, продукции и окружающей среды: материалы 8-й Всероссийской научно-практической конференции 14-15 ноября 2014 г. / под ред. д.т.н., проф. А.Г. Овчаренко; Алтайский государственный технический университет. – Бийск: Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2014. – С. 77–80.

28. Яснолоб І.О. Використання логістичних прийомів при реалізації сільськогосподарської продукції / І.О. Яснолоб // Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 19-20 травня 2015 року). – Полтава: РВВ ПДАА, 2015. – С. 101–103.

АНОТАЦІЯ

Яснолоб І.О. Формування та розвиток ринку плодоовочевої продукції. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Полтавська державна аграрна академія, Полтава, 2016.

Дисертаційне дослідження присвячено розробці науково-обґрунтованих теоретико-методичних засад і практичних рекомендацій щодо формування та розвитку ринку плодоовочевої продукції. Визначено сутнісну характеристику, специфіку та структуру ринку плодоовочевої продукції, визначено його особливості, передумови ефективного формування та розвитку. Запропоновано комплексну методику оцінки його функціонування. Проведено кон'юнктурний аналіз та визначення місткості плодоовочевого ринку.

Здійснено оцінку суб'єктивної визначеності респондентів аграрно-промислової території щодо смакових переваг на овочеву продукцію в умовах низької купівельної спроможності населення та формування ринкового попиту, для споживачів плодоовочевої продукції із сукупними доходами нижче прожиткового мінімуму. Запропоновано формування ґрунтово-кліматичних територій Полтавської області за видами вирощування продукції овочівництва та розширення мережі інфраструктурних об'єктів, шляхом створення логістичних розподільчих центрів.

Ключові слова: ринок плодоовочевої продукції, виробництво, попит, інфраструктурне середовище, кон'юнктура, спеціалізація, ґрунтово-кліматичний район, логістичний розподільчий центр.

АННОТАЦИЯ

Яснолоб И.А. Формирование и развитие рынка плодоовощной продукции. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Полтавская государственная аграрная академия, Полтава, 2016.

Диссертационное исследование посвящено разработке научно-обоснованных теоретико-методических основ и практических рекомендаций по формированию и развитию рынка плодоовощной продукции.

Уточнено понятие рынка плодоовощной продукции, определены предпосылки его формирования и особенности развития в современных условиях. Исследованы основные условия обеспечения его эффективного функционирования и факторы влияния на субъекты рынка.

Усовершенствована функциональная структура рынка плодоовощной продукции, которая в отличие от существующей включает: сферу производства и заготовки плодоовощного сырья (производственная инфраструктура); сферу хранения и переработки продукции (логистическая инфраструктура); сферу товарно-денежного обращения и сбыта, которая охватывает сеть предприятий

оптово-розничной торговли и общественного питания и сферу потребления конечного продукта.

Предложена методика оценки функционирования рынка плодоовощной продукции, которая в отличие от существующих, включает этапы: определение структурных характеристик рынка; анализ показателей спроса и изучения его эластичности; оценку основных параметров и определения объема предложения на рынке; определение условий оптимального соотношения спроса и предложения на плодоовощном рынке и факторов, на них влияющих; анализ и оценку рыночной конъюнктуры; определение емкости рынка и его сегментирование; анализ конкурентной среды; исследования ценовых параметров развития рынка; расчет уровня обеспеченности собственным производством плодоовощной продукции на внутреннем рынке

Осуществлена оценка субъективной определенности респондентов аграрно-промышленной территории по вкусовым предпочтениям на овощную продукцию в условиях низкой покупательной способности населения и формирования рыночного спроса для потребителей плодоовощной продукции с совокупными доходами ниже прожиточного минимума.

Осуществлено конъюнктурный анализ рынка, определены основные факторы влияния на хозяйствующих субъектов. Исследованы вопросы формирования каналов сбыта продукции и особенности ценообразования, учитывая специфику рынка.

Предложено формирование почвенно-климатических территорий Полтавской области по видам выращивания продукции овощеводства (капусты, огурцов, помидоров, лука репчатого, свеклы столовой, моркови столовой), учитывая географическую близость размещения, структуры, специализации и интенсификации производства. Осуществлена оптимизация распределения товарной структуры овощей, в соответствии с ее спросом по критерию минимума затрат на их потребление и транспортировку к потребителю, в пределах локальных рынков выделенных районов.

Предложена математическая модель оптимизации управления производством, которая способствует минимизации суммарных транспортных расходов благодаря планированию оптимальных транспортных перевозок в пределах области.

Обоснована целесообразность создания распределительных центров плодоовощной продукции, определены оптимальные координаты их размещения с учетом избыточных объемов их производства и минимально необходимых объемов потребления.

Предложено создание в области локального оптового рынка, что позволит решить проблему развития инфраструктуры плодоовощного рынка, будет способствовать формированию прозрачных каналов сбыта, позволит оптимизировать товародвижение от производителя к конечному потребителю и создаст условия для эффективного перераспределения плодоовощной продукции.

Ключевые слова: рынок плодоовощной продукции, производство, спрос, инфраструктурная среда, конъюнктура, специализация, почвенно-климатический район, логистический распределительный центр.

ANNOTATION

Yasnolob I.O. The formation and development of the market of fruit and vegetable products. – Manuscript.

The dissertation on competing for the scientific degree of Candidate of economic sciences in specialty 08.00.03 – economics and management of national economy. – Poltava State Agrarian Academy, the town of Poltava, 2016.

The dissertation research is devoted to the developing of scientifically grounded theoretical, methodical foundations and practical recommendations as to the formation and development of the market of fruit and vegetable products. The essential characteristics, specifics, and the structure of the market of fruit and vegetable products have been defined. Its peculiarities, the prerequisites of effective formation and development have also been determined. The complex methods of the evaluation of its functioning have been suggested. The analysis of market conditions and the definition of the market of fruit and vegetable products' capacity have been conducted.

The evaluation of the subjective determination of the respondents on agrarian-industrial territories concerning taste advantages for vegetables under the conditions of low purchasing capacity of the population has been made. The formation of market demand for the consumers of fruit and vegetable products with the total incomes lower than subsistence minimum has been conducted. The formation of soil and climatic territories of Poltava region according to the kinds of cultivated vegetable growing products and expanding the network of the objects of infrastructure by creating logistics distribution centers have been proposed.

Keywords: the market of fruit and vegetable products, production, demand, infrastructural environment, market conditions, specialization, soil and climatic area, logistics distribution center.