

АГРАРНИЙ РИНОК ТА ЙОГО ІНФРАСТРУКТУРА

УДК 334.75

ІНФРАСТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОВОЧІВ – ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

О. М. Вишневська*e-mail: olganykk@gmail.com*Миколаївський національний аграрний університет,
вул. Георгія Гонгадзе, 9, м. Миколаїв, 54020, Україна

Обґрунтовано й узагальнено інфраструктурні особливості формування ринку овочів з огляду на вплив глобалізаційних чинників, запровадження підходів до поширення електронної комерції у продажі овочів. Визначено основні тенденції поширення сфери дії електронної комерції. Проаналізовано основні процеси у формуванні ринку овочів. Обумовлено можливості поширення електронної комерції, з метою вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності. Визначено вагомість розширення експортних можливостей товаровиробників, у тому числі через розширення інформаційної інфраструктури ринку.

Ключові слова: глобалізація, інфраструктура, електронна комерція, конкурентні переваги, конкурентні можливості, інформаційне забезпечення.

Постановка проблеми

За умов посилення глобалізаційних чинників на світову економіку, виникає потреба у підвищенні конкурентних позицій товаровиробників. Пріоритетність розвитку галузей національної економіки підтверджується національними інтересами держави, які повинні бути зорієнтовані на забезпечення внутрішнього ринку необхідним асортиментом продукції. Одним із напрямів діяльності сільськогосподарських підприємств, який дозволяє забезпечувати ринок продуктами харчування, а переробну промисловість – сировиною, є овочівництво. Галузь має специфічні ознаки, а саме: широкий асортимент овочевої продукції на продаж; високу врожайність овочевих культур; різноманітність підходів і технологічних особливостей у вирощуванні овочів, у тому числі органічних. При цьому, вагомим ризиком у діяльності сільськогосподарських підприємств залишається швидке псування овочевих культур, а також специфічні особливості зберігання й транспортування.

Вдосконалення інфраструктури ринку овочів нині є актуальним, у зв'язку з необхідністю гарантування продовольчої безпеки держави та окремих її регіонів. Вирощування овочів

повинно бути зорієнтоване на інноваційні технології у виробництві, збиранні, зберіганні, транспортуванні, переробці та реалізації, що підтверджується досвідом компаній, які у промислових масштабах вирощують й переробляють овочеві культури, нарощують експортні можливості в реалізації овочів, консервованої продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Напрями і особливості формування та функціонування ринку, у тому числі, ринку овочів, досліджено у працях багатьох вітчизняних вчених, з-поміж яких: М. Белявцев, О. Гудзинський, Л. Євчук, О. Єрмаков, О. Калюжна, О. Красноруцький, В. Криворучко, І. Лесік, Ю. Лупенко, Г. Мазнев, П. Макаренко, В. Месель-Веселяк, Р. Мудрак, О. Новіков, С. Покропивний, В. Писаренко, А. Савощенко, І. Сорока, Т. Стройко, І. Топіха, В. Федько, М. Хорунжий, О. Шпичак.

Пріоритетним у науковому дослідженні залишається необхідність розробки і практичної реалізації напрямів інфраструктурного забезпечення ринку овочів з урахуванням тенденцій до зростання рівня імпоротної залежності, що створює ризики у гарантуванні продовольчої безпеки. Системність взаємозв'язків обумовлює деталізацію

інфраструктурних елементів, з метою пошуку і обґрунтування напрямів формування дієвих важелів впливу на розвиток ринку продукції овочівництва з урахуванням глобалізаційних тенденцій, сучасних інформаційних можливостей.

Мета, завдання та методика дослідження

Метою дослідження є обґрунтування й узагальнення інфраструктурних особливостей формування ринку овочів з огляду на вплив глобалізаційних чинників, запровадження підходів до поширення електронної комерції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Основним завданням дослідження є виявлення інфраструктурних особливостей у формуванні ринку овочів з урахуванням зовнішніх (глобалізаційних) чинників та залежностей з огляду на забезпечення результативності діяльності суб'єктів ринку, інформаційних можливостей. Методика дослідження ґрунтується на виявленні основних пріоритетів формування ринку овочів з огляду на виявлені причинно-наслідкові залежності.

Результати дослідження

Сучасні тенденції в овочівництві засвідчують, що товаровиробники активно переходять на інноваційні підходи у їхньому вирощуванні й переробці. Актуальним залишається питання ефективної реалізації, що дозволить підвищити конкурентні можливості товаровиробників, забезпечити розвиток інфраструктури ринку овочів з огляду на глобальні тенденції.

Особливістю ринку продукції овочівництва є те, що овочі у свіжому вигляді є сировиною для переробних підприємств. Крім того, галузь має специфічні ознаки, а саме: асортимент продукції на продаж; врожайність овочевих культур; швидке псування й обмежена транспортабельність; різноманітність технологічних особливостей у вирощуванні овочів, у тому числі органічних, що є пріоритетним для більшості країн ЄС. Найважливішою умовою формування ринку є його структурні елементи, яким властиві різноманітність каналів реалізації, форм купівлі-продажу, посередників та покупців, а також розвинена мережа сервісного, науково-інформаційного обслуговування. Саме тому процес формування ринку продукції овочівництва слід розглядати як складну

інтегровану категорію, із функціональними особливостями щодо виробництва, розподілу, обміну та просування продуктів харчування до кінцевого споживача [1].

Повноцінно функціонуючий ринок овочів включає сукупність складових, а саме: ринковий механізм, спеціалізовані ринки, ринкову інфраструктуру. Особливості зміни підходів формування й функціонування ринку овочів полягають у зростаючій ролі глобалізації і транснаціоналізації світової економіки, а також через зростання вимог споживачів до якості продукції (овочів в асортименті та зелених культур) та рівня інфраструктурного забезпечення галузі. Розвиток інфраструктури стимулює додаткове використання у сфері матеріального виробництва окремих ресурсів територій, активізує територіальну мобільність факторів виробництва. Зростаюча інтеграція зовнішньоекономічних відносин впливає на характер використання інфраструктури, адаптацію її елементів до умов зовнішнього середовища. Разом із посиленням ролі продовольчого ринку у світовій економіці, не менш важливе значення відіграє і його інтегруюча роль, з урахуванням територіальних й галузевих особливостей.

Отже, зовнішні чинники, у тому числі глобалізаційні процеси, вимагають зміни підходів до формування та трансформації інфраструктури ринку овочів, яка включає: оптові продовольчі ринки; виставки; ярмарки; аукціони; тендери; роздрібну торгівлю; агропромислові групи; банківські і страхові установи; кредитні спілки; агросервіси; інформаційні технології та засоби ділової комунікації; систему професійної підготовки; підприємства й організації, які виконують функції з транспортування, зберігання, стандартизації, сертифікації, цінового моніторингу; спеціальні зони вільного підприємництва, від рівня організації яких залежить ефективність функціонування ринкового механізму [2].

Виявлено, що протягом 2017 р. сільськогосподарськими підприємствами усіх форм власності було зібрано 8,7 млн тонн овочів відкритого ґрунту з загальної площі 440 тис гектар. Овочі відкритого ґрунту становлять 94,0 % від загального обсягу вирощування овочевих культур в Україні. Овочі закритого ґрунту становлять лише 6,0 % від загального обсягу,

основною культурою залишається картопля. Географічно найбільші обсяги валового виробництва овочів зосереджено у Херсонській – 1,26 млн тонн, Дніпропетровській – 0,7 млн тонн, Харківській – 0,69 млн тонн, Київській – 0,57 млн тонн, Миколаївській – 0,55 млн тонн, Львівській області – 0,51 млн тонн. За асортиментною групою протягом 2017 року найбільше було зібрано: капусти головчастої (1,6 млн тонн), томатів (2,26 млн тонн), цибулі ріпчастої 90,97 млн тонн), моркви (838 тис тонн) та буряку столового (837 тис тонн).

Саме тому інфраструктурні особливості формування ринку овочів полягають у сукупності її елементів з урахуванням специфічних особливостей кожного окремого виду овочів. Пріоритетними чинниками впливу на формування ринку овочів є специфіка збирання й зберігання кожного з видів овочів. Саме тому процес формування й функціонування ринку овочів потребує використання дієвого інструментарію, пов'язаного із залученням технологічних інновацій, які повинні бути спрямовані не лише на нарощування виробничих потужностей і підвищення рівня безпечності продукції для споживачів, а й розширення можливостей продажу продукції із застосуванням сучасних підходів.

Одним із таких підходів є електронна комерція, яка, у більшості випадків, використовується для продажу промислових товарів через мережу Internet. Електронна комерція є сферою цифрової економіки, включає усі фінансові й торговельні транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, а також бізнес-процеси, пов'язані з проведенням транзакцій. Електронна комерція включає: електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронна торгівля, електронні гроші, електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги.

Для продукції, яка має специфіку зберігання та обмежений період реалізації, застосування електронної комерції є вимогою часу. Головною перевагою електронного продажу – є постійна присутність товаровиробника, його продукції в асортименті, умов продажу у вільному доступі у мережі Internet. Тобто, у товаровиробника існує можливість мати глобальну присутність на ринку в on-line режимі. За необхідності змінювати (оновлювати) інформацію й бути постійно на зв'язку із потенційними партнерами.

Подібний підхід дозволяє значно розширити конкурентні можливості товаровиробників, забезпечити швидкий обмін інформацією.

Електронна комерція дозволяє товаровиробникам поєднати проведення маркетингових заходів із оптимізацією витрат на рекламу, забезпечити оперативність й зручність проведення операцій із реалізації продукції, її транспортування, управляти усіма логістичними процесами. Використання електронної комерції дозволяє товаровиробнику бути постійно на зв'язку зі своїми партнерами, здійснювати електронні розрахунки та проводити оперативний моніторинг результатів реалізації овочів.

Електронна комерція дозволяє скоротити період реалізації продукції, взаємоузгодити потреби виробників і споживачів, зменшити кількість посередників. Саме використання інтернет-технологій надає можливість забезпечити пряму взаємодію виробника з кінцевим споживачем, надати споживачу весь спектр інформації щодо асортименту, якості овочевих культур, цін, умов зберігання та транспортування. Завдяки інтернет-технологіям виробник має можливість накопичувати інформацію про партнерів, проводити моніторинг процесу реалізації, виявляти проблемні ситуації, забезпечувати нівелювання загроз на підставі проведеного аналізу ситуацій. А також сформувати й оновлювати каталог продукції з можливістю робити замовлення. Подібний підхід до організації бізнесу дозволяє значно підвищити конкурентні позиції виробників.

Отже, інформаційне середовище, можливості використання електронної комерції виступають базовими передумовами вдосконалення процесу реалізації овочевих культур. Додаткові опції до сайту компанії-виробника дозволяють використовувати широкі можливості глобального інформаційного простору. Електронна комерція має переваги і у скороченні витрат, які здійснюють виробники на процес реалізації, маркетингові заходи тощо.

Виявлено, що за останні роки ринок електронної комерції в Україні має тенденцію до значного зростання. Досвід електронної комерції у країнах Європейського Союзу засвідчує його популярність та результативність для усіх учасників (від постачальників матеріальних ресурсів до виробників, споживачів, банківських установ). Обмеження, які здійснюють негативний вплив на можливості поширення сфери електронної комерції у галузі сільського господарства, у тому числі в овочівництві, полягають у такому: необхідність здійснення чіткого регулювання процесу, захист інтересів усіх учасників процесу через врегулювання

нормативно-правової бази; дотримання бізнес-етики та відповідної ділової активності усіма учасниками процесу; вдосконалення системи електронних платежів; поширення території поширення інтернет-ресурсу, особливо на сільських територіях.

Напрями взаємодії усіх учасників процесу реалізації овочів з використанням електронної комерції сформовано на рисунку 1. Взаємодія усіх учасників процесу реалізації овочів на засадах електронної комерції ґрунтується на співпраці мережі виробників, банківських установ, інтернет-провайдерів, мережі супермаркетів, переробних підприємств, у тому числі експортноорієнтованих

підприємств, а також регіональних представників державних органів влади. Інтереси усіх учасників процесу повинні бути узгоджені із чинним нормативно-правовим законодавством, скориговані на регіональні особливості. Взаємоузгодженість інтересів усіх учасників процесу може бути забезпечена функціональними особливостями діяльності торгових (торгово-промислових) палат регіонального значення.

Виробники овочів можуть бути представлені сільськогосподарськими підприємствами, фермерськими господарствами, особистими селянськими господарствами.



Рис. 1. Напрями взаємодії учасників процесу реалізації овочів на засадах електронної комерції (регіональний аспект)

Джерело: узагальнено автором.

На партнерських відносинах можуть бути залучені до процесу інтернет-провайдер (провайдери), страхові компанії, банківські установи, організації із сертифікації продукції, екологічні організації, громадські організації тощо. Основні процеси, які повинні бути інформаційно охоплені: особливості вирощування (техніка, технології, ресурси, екологічний стан території), особливості збирання, зберігання, транспортування, переробки, збуту продукції за видами. З метою запровадження електронної комерції товаровиробник повинен мати фінансові можливості для створення електронної сторінки, електронного магазину, каталогів продукції, наповнення каталогів й їх оновлення. Можливості накопичення інформації, проведення оперативного аналізу у розрізі окремих партнерів, дозволять власнику (керівнику) приймати рішення щодо доцільності розширення асортименту овочевих культур, прогнозувати попит та ціну реалізації продукції у різні періоди збуту, за різними каналами збуту.

Вдосконалення інфраструктурного забезпечення у формуванні ринку овочів має тісний зв'язок зі значною кількістю чинників, пріоритетним є питання надходження продукції до споживача, за мінімальної кількості посередників, а також розширення експортних можливостей товаровиробників, за рахунок розширення масштабів й можливостей електронної комерції.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Забезпечення можливостей у розвитку галузі овочівництва має тісний зв'язок із дією ринкових механізмів. З урахуванням посилення глобалізаційних тенденцій та транснаціоналізації бізнесу, у тому числі аграрного, виробникам потрібно вирішувати питання щодо вдосконалення інфраструктури ринку продукції, зокрема продукції галузі овочівництва з метою підвищення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Одним із напрямів вдосконалення інфраструктури ринку є розширення інформаційних можливостей виробників, запровадження процесу електронної комерції. Розширення сфери дії електронної комерції у галузі овочівництва дозволить отримати переваги у купівлі необхідних матеріальних

ресурсів, оновленні технологій, техніки та обладнання, представити продукцію у постійному глобальному доступі для усіх потенційних партнерів, надати інформацію щодо діяльності підприємства, особливостей продукції, умов її продажу. Подібний підхід дозволяє не лише забезпечити оптимізацію витрат, а і розширити коло партнерів, підвищити конкурентні позиції та інвестиційні можливості. Інформаційна складова інфраструктури ринку овочів дозволить розширити експортні можливості вітчизняних товаровиробників, що є вимогою часу і підтверджується досвідом більшості європейських країн.

Визначено напрями взаємодії учасників процесу реалізації овочів, на засадах електронної комерції з огляду на регіональні особливості території. Взаємоузгодженість інтересів усіх учасників процесу може бути забезпечена функціональними особливостями діяльності торгових (торгово-промислових) палат регіонального значення.

Використання можливостей електронної комерції у продажу овочів за умови співпраці із торговими палатами регіонального значення, дозволять підвищити результативності діяльності виробників, переробних підприємств, рівень інформованості усіх учасників процесу, рівень доступу до інформації, її оновлення, забезпечити зниження рівня інформаційного, виробничого, підприємницького ризиків, дозволить підвищити рівень інформаційного забезпечення діяльності усіх суб'єктів ринку. Доцільність використання електронної комерції підтверджується досвідом країн Європейського Союзу, особливо в організації продажу овочевих культур дрібними товаровиробниками.

Література

1. Інфраструктурне забезпечення формування і функціонування ринку продукції овочівництва : [монографія] / О. М. Вишнеvsька, І. М. Лесік. – Миколаїв : ФОП Швець В. М., 2017. – 324 с. Режим доступу: http://dspace.mnau.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2149/1/Infrastrukturne%20zabezpechennya%20formuvannya%20i%20funktsionuvannya%20rynku_Vyshnevskaya.pdf
2. Лесік І. М. Реалізація економічних інтересів у контексті сучасних тенденцій розвитку овочепродуктового підкомплексу / І. М. Лесік // Збірник наукових праць

Черкаського державного технологічного університету. – Випуск 30: у 3 ч. – Ч. II. – Черкаси. – 2012. – С. 89–93.

3. Лесік І. М. Структура виробництва та реалізації овочевої продукції в конкурентних умовах / І. М. Лесік // Економічні науки. Збірник наукових праць «Облік і фінанси». – Луцьк: ЛНТУ. – 2012. Випуск 9(33), Ч. 2. – С.265–272.

4. Садридінєв Р. Ш. Інфраструктура зовнішньоекономічної діяльності: теоретичний аспект / Р. Ш. Садридінєв // Вісник Черкаського ун-ту, 2016. – № 1. – (Економічні науки). – С. 104-114.

INFRASTRUCTURAL FEATURES OF VEGETATION MARKETING – ELECTRONIC COMMERCE

O. Vyshnevskya

e-mail: olganykk@gmail.com

Mykolayiv National Agrarian University,
Georgiya Gongadze Str, 9, Mykolayiv, 54020,
Ukraine

The infrastructure features of the market for vegetables are grounded and generalized in view of the impact of globalization factors, the introduction of approaches to the spread of e-commerce on the sale of vegetables. The main tendencies of the sphere of electronic commerce activity are determined. The main processes in the formation of the vegetable market are analyzed. The possibility of distributing e-commerce with the purpose of improving foreign economic activity is determined. The importance of expanding the export capacities of commodity producers, including through the expansion of the information infrastructure of the market, has been determined.

Keywords: globalization, infrastructure, e-commerce, competitive advantages, competitor opportunities, information support.

ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ОВОЩЕЙ – ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

О. Н. Вишневская

e-mail: olganykk@gmail.com

Николаевский национальный
аграрный университет,
ул. Георгия Гонгадзе, 9,
г. Николаев, 54020, Украина

Обоснованы и обобщены инфраструктурные особенности формирования рынка овощей с учетом влияния глобализационных факторов, внедрения подходов к распространению электронной коммерции в продаже овощей. Определены основные тенденции распространения сферы действия электронной коммерции. Проанализированы основные процессы в формировании рынка овощей. Обусловлены возможности распространения электронной коммерции с целью совершенствования внешнеэкономической деятельности. Определена значимость расширения экспортных возможностей товаропроизводителей, в том числе через расширение информационной инфраструктуры рынка.

Ключевые слова: глобализация, инфраструктура, электронная коммерция, конкурентные преимущества, конкурентные возможности, информационное обеспечение.