

3. Лук'янихін В. О. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / В. О. Лук'янихін. – Суми : Університетська книга, 2004. – 592 с

4. Колпаков В. М. Маркетинг персоналу: навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. – К. : МАУП, 2006. – 408 с.

ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Калініна Є. С., магістр

Миколаївський національний аграрний університет

Ринок сільськогосподарської продукції займає особливе місце в структурі економіки України, є одним із показників ефективності функціонування аграрного сектора в цілому. До тепер залишаються нерозв'язаними завдання, пов'язані зі створенням таких умов реалізації сільськогосподарської продукції, які б забезпечили задоволення інтересів споживачів та продавців даного ринку. Обсяги сільськогосподарської продукції за останні роки постійно знижуються і лише в окремі періоди незначно зростають, що свідчить про неефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

До тепер у вітчизняній практиці функціонування аграрного ринку не створено мережі державних та професійних організацій, які б сприяли збалансуванню попиту та пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції через відповідні механізми реалізації продовольчої продукції, гарантували суб'єктами ринку її збут на конкурентній основі та за вигідною ціною [1].

Ринок сільськогосподарської продукції функціонує в умовах слаборозвинутої ринкової інфраструктури, неефективних заходів державного регулювання розвитку агропромислового комплексу, низького матеріально-технічного та інформаційного забезпечення. Всі зазначені фактори зумовлюють особливості функціонування ринку сільськогосподарської продукції, які в своїх працях розглядали В.Г. Андрійчук, Т.Г. Дудар, В.К. Збарський, М.І. Єрмізіна,

В.Г. Кудлай, Т. Лозинська, Г. Пасемко, М.А. Місевич, М.М. Трещов та інші. Разом з тим, комплексний підхід до узагальнення та систематизації зазначених особливостей відсутній.

Інфраструктура сучасного ринку сільськогосподарської продукції характеризується тим, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції (якщо займаються, то в незначних обсягах), а реалізують її посередникам. Посередники, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, перш за все, встановлюють ціни на неї (завищення роздрібних цін на сільськогосподарську продукцію, значні її коливання та диспропорції), що призводить до недоотримання виробниками частини доходу [2].

Розбудова та удосконалення інфраструктури аграрного ринку на державному рівні дозволить створити стабільні умови для забезпечення сільськогосподарських підприємств виробничими ресурсами та реалізації виробленої продукції, що є основою підвищення ефективності і конкурентоспроможності аграрного сектору економіки [3].

Успішне функціонування ринку агропромислової сфери в Україні вимагає подальшого розвитку інформаційної та маркетингової служби, створення розгалуженої мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції, які є необхідними елементами конкуренції та боротьби. Прискорення розвитку інфраструктури ринку, посилення конкурентної боротьби у сфері обігу, надасть змогу сільськогосподарським виробникам обирати такі канали розподілу аграрної продукції, які б забезпечили досягнення найбільшої результативності діяльності, максимізації прибутку, а також створення умов стимулювання інвестиційної діяльності при розвитку елементів інфраструктури аграрного ринку.

Інформаційні джерела:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
2. Дудар Т.Г., Дудар В.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія. — Тернопіль: Економічна думка, 2009. — 246 с.
3. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. — К.: ННЦ ІАЕ, 2009. — 310 с.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Мельникова Д. С., магістр

Миколаївський національний аграрний університет

Соняшникова олія – унікальний продукт, корисні властивості та економічна ефективність виробництва якого набагато перевершують інші рослинні олії. Ні соя, ні ріпак, ні кукурудза не можуть змагатися з соняшником за багатством корисних речовин, високу продуктивність та рентабельність. Галузь виробництва соняшникової олії в Україні є потужним агропромисловим комплексом, який об'єднує виробників насіння і масложирової продукції. Україна займає перше місце у світі за експортом соняшникової олії. Даний ринок для України є одним із перспективних і стратегічних, оскільки є стабільним джерелом валютних надходжень. Але політична та економічна ситуацію в країні, яка негативно вплинула на аграрний сектор в цілому та ринок соняшникової олії зокрема, може завадити подальшому розвитку.

На ринку олії України присутні 10 великих компаній, які контролюють близько 80% ринку, а решта 20% розділені між багатьма національними гравцями. Певна кількість підприємств олійно-жирової галузі входить до