

Юаньчэн Бу

аспирант

Институт экономики, управления

и прикладной информатики

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
агарный университет им. А.А. Ежевского»

г. Иркутск, Иркутская область

**СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
И РАЗВИТИЯ РЫНКА ОВОЩЕЙ**

Аннотация: в работе представлена оценка рынка овощей в части его формирования и развития. Даны характеристика инфраструктуры товарного рынка овощей на современном этапе. Рассмотрены структура конкурентной среды рынка овощей и проведена оценка мелкотоварного производства овощей в личных подсобных хозяйствах на материалах литературных источников.

Ключевые слова: рынок, овощи, экономика, продовольствие, инфраструктура, АПК.

Для человека овощи являются незаменимым продуктом питания растительного происхождения. Повсеместное нарастание экологической и социальной нагрузок на организм человека требует его полноценного питания. Поэтому овощи выступают как богатейший источник витаминов, природных антиоксидантов, биологически активных веществ, незаменимых аминокислот и других важных нутриентов, в том числе иммуномодуляторов, а также минеральных элементов. Кроме того, низкая калорийность овощей и их свойство сдерживать преобразование углеводов в жиры незаменимы для диетического питания. Овощи делают нашу пищу более привлекательной, аппетитной, вкусной и тем самым намного повышают ее усвоемость, а значит, и пользу. Можно утверждать, что овощи напрямую связаны со здоровьем, работоспособностью, продолжительностью жизни человека, и наконец, со счастьем.

История выращивания человеком овощей для своего питания очень древняя и насчитывает тысячелетия. Семена и плоды различных овощных культур находили при раскопках в гробницах египетских фараонов, изображение овощей можно найти на древнеиндийских и японских миниатюрах. Зеленые и пряновкусовые овощи, применяющиеся для лечения и в качестве диетического питания, упоминаются в древнекитайских медицинских трактатах. Овощи широко возделывались в Древней Греции и Древнем Риме, были известны древним племенам индейцев – майя и ацтеков [2, с. 3–4].

Овощеводство является одной из самых капиталоемких, трудоемких и сложных отраслей сельского хозяйства.

По мнению С.И. Олониной, развитие рыночной экономики существенно расширило задачи товаропроизводителей, которые должны сами планировать свою производственную деятельность, совершенствовать структуру производства в соответствии с требованиями спроса и предложения, постоянно выявлять резервы повышения эффективности производства на всех стадиях технологического процесса, совершенствовать механизмы реализации продукции, организовывать ее продвижение до потребителей. Решающим условием этих мероприятий является формирование эффективной рыночной инфраструктуры, действие которой направлено на обеспечение приоритета и соответствующих потребностей в сочетании с региональными отраслевыми интересами на определенной территории [3, с. 454].

Реализация комплексного подхода к проблеме формирования инфраструктуры рынка овощного подкомплекса позволяет повысить эффективность деятельности производителей овощей, а также найти новые более совершенные модели управления в организациях и предприятиях.

В Российской Федерации до 1990 г. Развитие рыночной инфраструктуры можно охарактеризовать как период развития материально-технической базы оптовой и розничной торговли, материально-технического снабжения, заготовительной и торгово-закупочной деятельности.

С 1991 г. начал период формирования и развития новых институтов развития рыночной инфраструктуры: товарных бирж, фондовых бирж, торговых домов, коммерческих банков, оптовых фирм, информационно-консультационных центров.

С.И. Олонина отмечает, что создание новых фирм происходило на базе бывших государственных предприятий, но не за счет строительства инфраструктурных мощностей, а на основе перераспределения собственности. В конечном итоге оптовые базы стали сдавать в аренду складские помещения предприятиям различных сфер деятельности, что привело к перепрофилированию их основной деятельности [3, с. 454–455].

Состояние и развитие инфраструктуры рынка овощей в значительной мере определяют интенсивность и скорость рыночных процессов.

Инфраструктура товарного рынка овощей на современном этапе характеризуется существенным отставанием по уровню и качеству оказываемых торгово-посреднических и кредитно-финансовых услуг, что является одним из сдерживающих факторов перехода к развитым рыночным отношениям.

В период 1990–2000 гг. уровень развития производства не позволяли удовлетворять потребности населения одновременно в высококачественных и дешевых свежих овощах во внесезонный период. Производимая скоропортящаяся продукция зачастую не выдерживала конкуренции с импортной продукцией по срокам хранения, а, следовательно, времени реализации.

Для первоначального становления рыночных отношений характерно существенное отставание развития рыночной инфраструктуры от возрастающих потребностей в ее услугах на всех товарных рынках.

На данный момент изменился характер и назначение посреднических и сбытовых организаций. На первый план выступили оптово-розничные и частные предприятия, которые были организованы на арендованных площадях овощных баз.

Изучение инфраструктуры рынка предполагает рассмотрение динамики состояния торговой сети.

Анализ данного вопроса показал, что на сегодняшний день характерны два параллельных процесса: сокращения числа специализированных торговых предприятий и торговых площадей. Данный факт связан, прежде всего, с концентрацией торговли овощами на рынках, торговых площадках, в специализированных отделах крупных торговых центров [3, с. 455].

Устойчивое развитие рынка овощей непосредственно зависит от структуры конкурентной среды. По мнению М. Портера, одного из ведущих мировых специалистов в области конкурентной стратегии международной конкурентоспособности, формирование конкурентной среды отрасли определяют пять конкурентных сил:

- угроза вхождения новых участников;
- угроза появления субститутов;
- рыночная власть покупателей;
- рыночная власть поставщиков;
- соперничество между действующими конкурентами [4].

В высоко конкурентных условиях современного рынка овощной продукции защищенного грунта экономическая эффективность производства в тепличных хозяйствах – одна из основных характеристик уровня их развития. При этом необходимо оперативно и комплексно учитывать все многообразие факторов, влияющих на результаты деятельности организации. Одновременно соотношение таких показателей, как себестоимость, цена реализации и размер прибыли, отражает уровень рентабельности производства, что в рыночных условиях является обобщающей оценкой его эффективности [1, с. 93].

М.И. Мамедов при оценке мелкотоварного производства овощей в личных подсобных хозяйствах выделил следующие особенности:

- низкий уровень механизации производственных процессов и, как следствие, увеличение затрат на производство;
- отсутствие условий для высококачественной послеуборочной доработки (хранение, сортировка, упаковка) овощей, что, в конечном счете, не позволяет

формировать крупные объемы продажи, привлекательные и для внутреннего и, особенно, для внешнего рынка [2, с. 5].

Таким образом, производство в любой стране овощей наряду с производством зерна и других продуктов питания является важной составляющей ее продовольственной безопасности. В настоящее время при оценке данного показателя следует учитывать не только физическую и экономическую доступность данных видов продуктов питания, но и их экологическую безопасность при производстве, а также безопасность для здоровья человека уже в виде готового продукта.

Список литературы

1. Крылов О.Н. Цикличность производства овощей и эффективность тепличного хозяйства / О.Н. Крылов, О.Ю. Абашева // Овощи России. – 2017. – №2. – С. 92–96.
2. Мамедов М.И. Овощеводство в мире: производство основных видов овощных культур, тенденции развития за 1993–2013 годы по данным FAO / М.И. Мамедов // Овощи России. – 2015. – №2. – С. 3–9.
3. Олонина С.И. Формирование механизма устойчивого развития инфраструктуры рынка овощей / С.И. Олонина // Вестник Чувашского университета. – 2011. – №2. – С. 454–457.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.