

УДК: 631:25

## ЩОДО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОПТОВИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

*О.М. Федорчук, кандидат економічних наук ДНУЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

- *В статті розглянуто сутність та проблеми створення та функціонування оптових ринків, їх типи та особливості функціонування.*
- *В статті рассмотрено сущность и проблемы организации и функционирования оптовых рынков, их типы и особенности функционирования.*

Оптові ринки сільськогосподарської продукції – перевіреним практикою важливий механізм поліпшення фінансово-економічного стану товаровиробників та забезпечення споживачів якісною й дешевою продукцією. Загальновідомо, що ринок - це місце укладання торговельних угод і основне місце продажу і купівлі овочів, фруктів, риби, м'яса, квітів та інших споживчих товарів роздрібною торгівлі. На оптових ринках формується рівновага між попитом і пропозицією, складаються прийнятні ціни. Розробці теоретичних питань формування організованого аграрного ринку, розвитку його інфраструктури, удосконаленню його державного регулювання присвячені праці вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема В. Андрійчука, П. Гайдуцького, С. Дем'яненка, В.Зіновчука, Ю.Коваленка, М. Маліка, Б. Пасхавера, М. Портера, П. Саблука, та інших учених. Проте дослідження на регіональному рівні проводились

Слід зазначити, що в умовах транзитивної економіки на ОРСП чільне місце як торговці займають сільськогосподарські товаровиробники чи їх представники — професійні об'єднання товаровиробників, кооперативи. Вони, як правило, здійснюють торгівлю з автомобілів. Однак, з часом, кількість сільськогосподарських товаровиробників на ОРСП поступово зменшується, а кількість представників, що діють від їх імені і за дорученням як оптові торговці, збільшується. Збільшується і кількість

оптових торговців, а отже і кількість офіційних робочих місць в певному регіоні.

Оптовий ринок постачає продукцію для роздрібної торгівлі (торгові точки, базари, вулична торгівля), супермаркетів, об'єктів громадського харчування, для оптових ринків, локалізованих в інших регіонах країни, для компаній - переробників с/г продукції та на експорт.

Зазначимо, що ОРСП (далі оптовий ринок сільськогосподарської продукції) - цивілізоване місце зустрічі оптових пропозицій сільськогосподарської продукції та відповідного попиту, де виявляють реальну ціну товару, вирівнюють її коливання, оперативно переміщуючи товарні потоки.

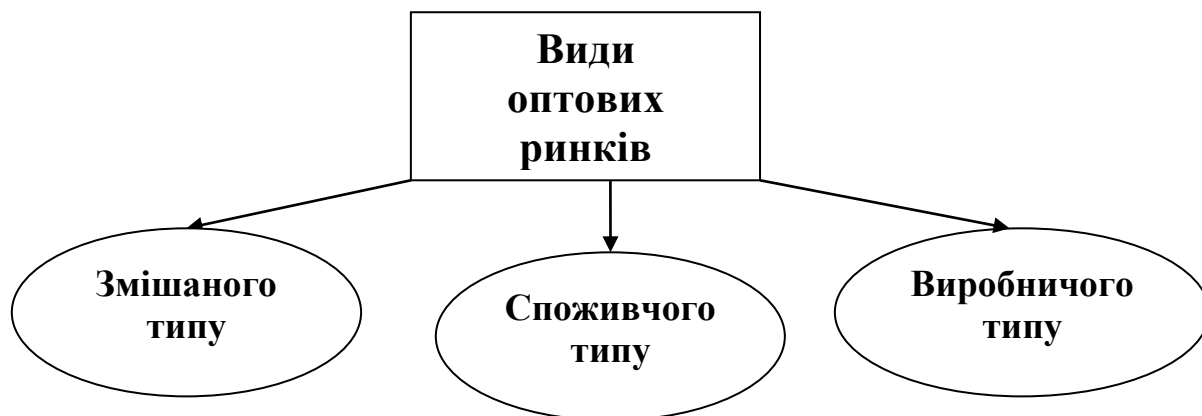
Оптові торговці — це вирішальна ланка у циркуляції цінової інформації між виробниками та споживачами. У системі збуту вони знаходяться між виробниками й споживачами, забезпечуючи зв'язок між пропозицією та попитом. Вони мають цілий ряд функцій (торгівля, накопичення, переробка, транспортування тощо), які допомагають забезпечити нижню частину маркетингового ланцюга продукцією.

Вважаємо, що завдяки концентрації товарно-грошових відносин і легкому контролю над ними з боку держави оптовий ринок може стати інструментом політики країни чи певного регіону. Через оптовий ринок уряд і місцева влада створюють політику зрівноваженого розвитку роздрібної торгівлі та місцевого виробництва. За допомогою державних і місцевих контролюючих органів здійснюється моніторинг якості продукції, ціни, обсягів продажу.

Концентрація оптової торгівлі в одному місці зменшує витрати дистрибуції, оптову ціну, роздрібну ціну. До того ж, оптовий ринок — це елемент, що зменшує рівень інфляції та надає стабільні місця праці для тих, хто працює в фірмах, розташованих на території оптового ринку. Це гарантія функціонування в майбутньому на території міста роздрібних базарів, малих магазинів і пунктів вуличної торгівлі.

Найкраще зарекомендувала себе схема: один регіон/область — один оптовий ринок. Це допоможе кожного дня встановлювати середню ціну на даний продукт в даному регіоні, дозволяє витратити менші кошти на моніторинг контрольними службами та зменшувати витрати на функціонування компаній-оптовиків.

Вирізняють такі види суб'єктів, що займаються оптовим розподілом сільськогосподарської продукції рис 1.



**Рис. 1 Суб'єкти, що займаються оптовим розподілом**

Розглянемо більш детально кожен з типів ринків. Ринки споживчого типу ще називають кінцевими ОРСП. Тут ділять великі партії продукції для продажу її іншим інституціональним зацікавленим сторонам, які потім продають цю продукцію вроздріб широкому загалу або готують продукти харчування для широкого загалу. Вони мають на меті забезпечення справедливих цін для споживачів через роздрібних торговців. Учасниками цих ринків є оптові торговці, які продають свою продукцію підприємствам громадського харчування, незалежним роздрібним торговцям та інституціональним клієнтам (готелям, армії, лікарням, шкільним їдальням тощо).

За світовою практикою оптові ринки цього типу часто створюються з ініціативи міст, регіону та використовують допомогу державних установ.

Ринки виробничого типу називають також збірними ОРСП. Вони збирають продукти харчування у виробників і накопичують їх. Збірні

ринки у сільській місцевості традиційно будувалися так, щоб забезпечувати фермерам справедливі ціни. Продукція на цих ринках продається, як правило, за аукціонною системою (підвищенням або зменшенням цінних пропозицій), яку часто розглядають як найбільш прозорий спосіб торгівлі на вільному ринку. У багатьох країнах Європи фермери, кооперативи фермерів та збирачі досі використовують цей спосіб торгівлі. Покупцями є оптові торговці і супермаркети, які можуть купувати продукцію на цих ринках великими партіями.

Змішана модель — це такий оптовий ринок, який має майже всі елементи споживчого та виробничого (фермерського) типу ринків. На такому оптовому ринку є визначене місце, де здійснюють продаж безпосередньо з машин. На цьому ринку не ведуть роздрібну торгівлю. Ці ринки розташовані у великих населених пунктах та міських агломераціях. Виникають вони переважно з ініціативи місцевої влади. Часто це суб'єкти суспільно-приватного характеру. Власниками товариства є органи місцевого самоврядування, центральні органи влади, фірми-гуртовні, банки, фонди та ін.

Однією з найгостріших проблем в Україні досі є формування цивілізованих прозорих каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах. Сьогодні переважають численні посередницькі структури та діють непрозорі схеми збуту сільськогосподарської продукції. Відсутність структур оптової торгівлі зумовлює значні цінні коливання на ринку сільськогосподарської продукції, призводить до додаткових витрат для виробників, переробників та споживачів такої продукції.

Це стосується, насамперед, ринків плодоовочевої продукції, обсяги виробництва якої за останні роки суттєво зросли, як в цілому по Україні так і по південному регіону. Зокрема, валовий збір овочів за останні 3 роки збільшився на 1,5 млн. т (25,0%).

За оцінкою експертів, обсяг плодоовочевого ринку України у цінах виробника становить щонайменше 9,5 млрд. грн., наближаючись за розмірами до зернового. Майже 90% плодоовочевої продукції вирощується населенням і тільки 30% її потрапляє на ринок. Тобто фактично весь цей ринок перебуває в тіні. Яскраве тому підтвердження: помідори на полях Херсонщини коштують 30-50 коп. за 1 кг, у Києві – 2-2,5 грн. Картопля, потрапляючи до споживача через посередників, збільшує свою ціну з 80 коп. за 1 кг до 2 - 3 грн., тобто, більше ніж у 2 рази.

Виходом з такої ситуації могли б стати оптові ринки сільськогосподарської продукції. В державі є поодинокі, проте успішні приклади становлення та розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції – ринок «Шувар» у Львові та «Великі Копані», «Раденськ», «Маячка» на Херсонщині, ринок живої худоби «Чародій» на Черкащині. Перші кроки у напрямку створення оптової торгівлі здійснюються також у Херсонській, Харківській, Одеській, Чернівецькій областях.

Однак, названі ринки ще не повною мірою відповідають вимогам оптової торгівлі, й до європейського рівня їм ще далеко. Адже, по-перше, вони працюють без відповідної законодавчої бази, і, по-друге, у них відсутні або недостатньо розвинуті основні складові сучасної інфраструктури оптового ринку сільськогосподарської продукції.

На теперішній час оптові ринки спеціалістами аграрниками розглядаються не просто як місце торгівлі, а як регіональні аграрно-маркетингові центри, де концентрується не лише попит і пропозиція. Такі центри – це й місце, де нагромаджуватиметься інформація не тільки щодо кон'юнктури аграрного ринку, а також і про нові технології, дорадчі служби тощо. На оптових ринках виробникам можна буде отримати замовлення на виробництво від покупців, здійснити митне оформлення, податкові та банківські платежі за угодами, сформувати із дрібних оптові партії сільгосппродукції для подальшого переміщення їх в інші регіони чи за кордон.

У створенні оптових ринків зацікавлені також органи місцевої виконавчої влади, оскільки основну вигоду від діяльності таких ринків отримує регіон, де вони розміщені. Крім того, оптові ринки необхідно враховувати, як складову частину інфраструктури регіону (як дороги чи порти), позаяк вони впливають на правильний потік харчової продукції між виробником та споживачем.

Отже, вигоди держави від створення мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні та південному регіоні більш ніж очевидні. Це й підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, прозорість ринку, контроль за цінами, якість харчових продуктів, наповнення бюджету та оптимізація видатків, підвищення конкуренції на споживчому ринку, швидке просування продукції до споживачів, створення нових робочих місць і, як результат, підвищення рівня життя населення. Серед соціально-економічних наслідків ухвалення такого закону одним із основних є виведення 20-30% сільськогосподарської продукції, вирощеної дрібно- і середньотоварними господарствами, з тіньового на прозорий ринок.

#### **Література:**

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. /— К.: КНЕУ, 2002.
2. Основи формування та функціонування аграрного ринку. /Під редакцією І.М. Брюховецького/. Навчальний посібник.- Суми СОД, 2001.
3. Кириленко І.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК. — 2006. — № 5.

**УДК (номер УДК)**

#### **FOR OPERATION WHOLESALE MARKET to AGRICULTURAL PRODUCT. A. Fedorchuk**

*In article is considered essence and problems to organizations and operation wholesale market, their types and particularities of the operation.*