

Організаційно-функціональна модель оптового ринку сільськогосподарської продукції на локальному рівні

Ф.В. ГОРБОНОС, доктор економічних наук, професор
Н.Ф. ПАВЛЕНЧИК, А.О. ПАВЛЕНЧИК, кандидати економічних наук
І.О. КОРЧИНСЬКИЙ, аспірант*
Львівський національний аграрний університет

Найуразливішим місцем у вітчизняного сільськогосподарського виробника, в умовах ринкової економіки, є реалізація продукції. Цей процес можна розглядати і звести до простої контактної операції товарно-грошових відносин між виробниками сільськогосподарської продукції та споживачами за умови збуту продукції напругу, а можна розглядати як явище на ринку сільськогосподарської продукції, в якому відбуваються розподіл і збут продукції через багатоканальну систему, адаптовану до оптового ринку. В будь-якому випадку основними критеріями, що визначають дії виробників, мають стати оптимальне співвідношення між якістю продукції й рівнем ціни та надійність партнерів і зручний вид оплати за продукцію. А основна функція інфраструктури — це сприяння товаровиробникам у доведенні їхньої продукції до споживачів і забезпечення ефективної її реалізації, яка започатковується у виробників з моменту виготовлення, шляхом визначення певної кількості як товарної й передачі через різні формування споживачам.

Найявні канали реалізації продукції в аграрному секторі країни ще не формують пропорційну структуру узгодження попиту і пропозиції та встановлення репрезентативних ринкових цін, які стали б надійним засобом забезпечення руху продукції. Діяльність же комерційних структур-посередників переважно зорієнтована на одержання максимальної вигоди, що спричиняє загострення цінового диспаритету і „вимивання“ фінансових ресурсів у сільськогосподарських товаровиробників.

Недоліки, що мають місце в системі збуту, призводять до зниження заслуженої винагороди сільськогосподарським товаровиробникам, а їхня продукція не своєчасно потрапляє до споживача. За таких обставин нині в Україні рух продукції від виробника до споживача мала б забезпечувати розгалужена мережа елементів інфраструктури ринку, яка покликана створити стабільну партнерську взаємодію всіх його учасників, вільне просування продукції, упереджувати цінові ризики та виявляти реальні ціни і цим самим сприяти збільшенню доходів сільськогосподарських товаровиробників.

Розвиток інфраструктури й ефективність діяльності окремих її елементів досліджувалися і широко висвітлені у працях таких вчених, як В. Апопій¹, П. Березівський, В. Валентинов, Ю. Губені, Т. Дудар, С. Дусановський², О. Крисальний, М. Малік³, Г. Підлісецький, П. Саблук⁴, М. Сахацька, В. Топіха, Г. Черев-

* Науковий керівник — Ф.В. Горбонос, доктор економічних наук, професор.

¹ Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник; 2-ге вид., перероб. та доп. / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький, Ю.М. Хом'як; за ред. В.В. Апопія. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 632 с.

² Дусановський С.Л. Аграрна економіка і ринок / С.Л. Дусановський, Є.М. Білан. — Тернопіль : Екон. думка, 2003. — 256 с.

³ Сільськогосподарська кооперація : суть та проблеми розвитку в Україні; за ред. доктора екон. наук М.Й. Маліка. — К. : ІАЕ УААН, 1999. — 166 с.

⁴ Аграрна реформа в Україні / [Гайдуцький П.І., Саблук П.Т. Лупенко Ю.О. та ін.] ; за ред. П.І. Гайдуцького. — К. : ННЦ ІАЕ, 2005. — 424 с.

ко¹, В.Юрчишин та ін. Проте результати дослідження з даної проблеми ще не дають повного уявлення про оцінку стану, розвитку і можливості використання елементів інфраструктури. Відкритими й актуальними для дискусій залишаються проблеми взаємозв'язку економічних і соціальних аспектів функціонування елементів інфраструктури на ринках різних рівнів. Не досліджено механізми, що формують узгоджені взаємовідносини між окремими ланками інфраструктури ринку та не визначено суттєвих критеріїв диференціації інституцій інфраструктури.

Дослідження формування і функціонування інфраструктури ринку та її окремих елементів має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку ринку сільськогосподарської продукції й вимагає подальших прикладних розвідок, що і є метою статті.

На ринку сільськогосподарської продукції відсутні тривалі й стабільні зв'язки між її виробниками та споживачами і дійсність засвідчує, що існуючі канали реалізації продукції сільського господарства не формують співвідносної структури рівності попиту та пропозиції й визначення узгоджених ринкових цін, які б стали надійним джерелом формування сталого і вигідного доходу для її виробників. Водночас більшість виробників не має достатніх навиків у пошуку вигідних каналів збуту своєї продукції, а мережа посередницьких структур, яка б забезпечувала достатню прозорість, надійність та порядність у відносинах із товаровиробниками, а відтак і гарантувала їм вигідність, поки що відсутня.

Через це всі суб'єктивні негативи, що супроводжують реалізацію продукції сільськогосподарськими товаровиробниками, а це заниження якості продукції, її обсягів, ціни при закупівлі, диктування умов оплати, вимагання давальницьких засад співпраці тощо, які мали й мають місце у відносинах між сільськогосподарськими підприємствами, посередницькими структурами, підприємствами переробки сільськогосподарської продукції та іншими каналами реалізації спричинили, деякою мірою, спад виробництва основних видів продукції й зумовили його переміщення у сектор господарств населення, що стали по суті основними виробниками картоплі, овочів, молока та інших видів продукції.

Господарства населення в ринкових умовах набули повноправної чинності господарювання, в нинішніх умовах якого вони є гарантом не лише матеріального добробуту сільського жителя, а й виступають певною мірою як товарне господарство. Грошові доходи від реалізації продукції стали основними доходами у багатьох господарствах населення. В силу цього вони націлені не скорочувати обсяги виробництва та реалізації продукції, а підвищувати рівень товарності.

Однак на рівень товарності продукції у господарствах населення негативно впливає ряд чинників, серед яких найсуттєвіші це обмежена доступність до ринків збуту; відсутність відповідної інформації про попит і пропозицію та ціну на окремі види продукції; низька забезпеченість транспортними засобами; відсутність пунктів заготівлі, складських приміщень, сховищ тощо.

Частина продукції, що виробляється у господарствах населення, набуває товарної форми, але продаж її дрібними партіями переробним підприємствам чи реалізація оптовикам пов'язана також із складнощами організаційного і фінансово-економічного характеру. Обставини, в яких опинилися господарства населення та й невеликі фермерські, потребують співпраці із споживачами сільськогосподарської продукції на умовах еквівалентності та взаємовигідного обміну. Взаємовигідна співпраця мала б забезпечити надійність обміну і зменшення трансакційних витрат виробників та одержання заслуженої винагороди.

Тому нині в Україні доцільно розвивати надійну інфраструктуру ринку сільськогосподарської продукції, покликану забезпечити прозору й стабільну систему

¹ Черевко Г. Проблеми і перспективи формування аграрного ринку в Україні / Г. Черевко // Вісник Львівського державного аграр. ун-ту. Серія Економіка АПК. — 2003. — № 10(2). — С. 208 — 215.

вільного просування продукції, знизити цінові ризики шляхом формування реальних цін і цим самим сприяти збільшенню доходів аграрних підприємств усіх організаційно-правових структур і форм власності.

У структурі каналів реалізації сільськогосподарської продукції останніми роками з'явилися нові елементи інфраструктури — оптові продовольчі ринки, метою яких є поліпшення умов і прискорення просування продукції фермерських та господарств населення до роздрібно́ї торгівлі й зменшення тіншового сектора товароруху. На таку торгову мережу в сучасних умовах покладається завдання забезпечення динамічної рівноваги сукупного попиту і пропозиції, організації господарських зв'язків, створення раціональної системи товаропросування.

Оптові ринки сільськогосподарської продукції являють собою структуризовані організаційно-правові форми, основним завданням яких є формування оптових партій сільськогосподарської продукції до реалізації. На відміну від інших об'єктів інфраструктури, оптовий ринок на засадах взаємодії і співпраці, залучає значну кількість фізичних та юридичних осіб різних організаційно-правових форм, таких як: сільські товаровиробники, посередники, підприємства з переробки сільськогосподарської продукції, мережа торгових ринків, підприємства роздрібно́ї торгівлі тощо, діяльність яких направлена на задоволення інтересів кожного.

Але оптові ринки, які набули статусу регіональних, поки що не розглядаються як суб'єкти купівлі-продажу сільськогосподарської продукції й можливої промислової переробки її частини з певних причин, а лише як місце, де зустрічаються продавці та покупці, розв'язуючи свої завдання й досягаючи мети в результаті формування взаємовигідної ціни на основі попиту і пропозиції.

Великі оптові ринки, які розташовані зазвичай в обласних центрах, відіграють значну роль у забезпеченні населення регіону продукцією власного виробництва і дають можливість реалізувати завезену з інших. Вони стимулюють поліпшення якості сільськогосподарської продукції, запроваджуючи її сортування й пакування, створюють умови простого та дешевого моніторингу попиту і пропозиції, забезпечують рівноправний та спрощений доступ виробників до можливого й близького контакту зі споживачами та розширення робочих місць.

Однак мережа оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні поки що є недостатньою. Найбільш вираженим представником цієї сфери в інфраструктурі товарного ринку нині у Львівській області є гуртовий продукто́вий ринок „Шувар“ у м. Львові, який активно співпрацює як із великими, так і дрібними виробниками, у тому числі господарствами населення, здійснюючи цілодобово торгівлю сільськогосподарською продукцією. Він набув статусу регіонального аграрного центру (РАЦ). Це один із небагатьох в Україні оптових ринків сільськогосподарської продукції, який діє у величині багатофункціонального логістичного комплексу, що поєднує виробничий, складський, торговельний та офісний формат. Його територія сягає понад 20 га. Основними функціями центру є: створення національної системи моніторингу ринків сільськогосподарської продукції; удосконалення діючих каналів збуту продукції; активізація ринкових механізмів гуртової торгівлі; стимулювання процесу кооперації та асоціювання виробників; формування ціни тощо¹.

Система регіональних оптових ринків має спиратися на розвинену мережу локальних оптових ринків у сільській місцевості, де виробляється сільськогосподарська продукція і формуються первинні ланки її заготівлі, збуту й руху до тор-

¹ Горбонос Ф.В., Павленчик Н.Ф., Павленчик А.О., Корчинський І.О. Розвиток інфраструктури регіонального аграрного ринку // Вісник аграрної науки Причорномор'я: Міжнародна науково-практична конференція „Україна — сільське господарство — СOT: теорія і практика“; спец. випуск 3 (42), т.1. — Миколаїв, 2007. — С. 111-116.

гової мережі регіональних та національних ринків. Їх створення зумовлено багатогалузевим характером діяльності підприємств і організацій регіону, різноманітними формами їх власності, масштабністю виробництва та високою розосередженістю їх на території й необхідністю наближення споживачів сільськогосподарської продукції до її виробників.

Локальні оптові ринки як інфраструктурні елементи ринку сільськогосподарської продукції мають стати у сільській місцевості визначальною базою запровадження ефективної співпраці виробників і споживачів та засад вільного й прозорого ціноутворення на підставі дії ринкового механізму, складовими якого є попит і пропозиція, ціна та конкуренція. Їхня діяльність сприятиме розв'язанню проблеми відповідності стандартів і сертифікації якості продукції до європейських та світових норм і зняття бар'єрів у просуванні сільськогосподарської продукції як на загальнонаціональному ринку, так і виходу на зовнішній.

Вибір організаційно-правової форми локального оптового ринку сільськогосподарської продукції повинен відбуватися в рамках чинного законодавства. Ринки можна створювати на території підприємств будь-якої форми власності, фермерських господарств, закупівельних організацій тощо, які володіють виробничою базою, придатною для зберігання продукції й організації її купівлі-продажу, і дають на це згоду. Створення локального оптового ринку має відбуватися без додаткових капітальних вкладень і його організаційно-функціональна структура може мати такий вигляд (рис. 1). Діяльність локальних оптових ринків повинна регламентуватися Статутом і положеннями про оптову торгівлю й іншими нормативними документами, що визначають діяльність підприємств.



Рис. 1. Організаційно-функціональна структура оптового локального ринку сільськогосподарської продукції

Держава не повинна втручатися у функціонування чи організацію зазначених ринків. Підставою для їх організації є рішення засновників, в основу якого покладено раціональне поєднання місця виробництва і концентрації продажу сільськогосподарської продукції та доцільний напрям і мінімізація трансакційних витрат на її просування з урахуванням рівномірного й достатнього забезпечення продовольчими товарами населення міст і сіл.

Локальні оптові ринки сільськогосподарської продукції, які забезпечені в повному обсязі засобами для здійснення купівлі-продажу сільськогосподарської продукції, мали б функціонувати на постійній основі. Їхнім завданням є:

- організація продажу продукції згідно із встановленими правилами торгівлі;

- дотримання вимог якості продукції й відповідного асортименту;

- дослідження та маркетинговий аналіз ринків збуту;

- формування замовлень на сільськогосподарську продукцію із виробниками та укладення відповідних угод;

- формування великих партій та їхня реалізація споживачам;

- встановлення рівня взаємовигідних цін, виходячи з попиту і пропозиції та кон'юнктурних міркувань, залагоджування протистояння інтересів товаровиробників певного виду продукції й даного регіону;

- прозорість товарно-грошових відносин і доступність до ринкової інформації усіх суб'єктів цього ринку.

Базовими принципами організації оптових локальних ринків сільськогосподарської продукції мають бути:

- рівномірне розосередження в регіоні з урахуванням природних умов і комунікацій;

- дотримання раціональних розмірів та надходження відповідного обсягу й асортименту продукції;

- доступність споживачів до купівлі-продажу продукції;

- оптимальна забезпеченість потреб виробників;

- урахування потужності сировинної зони відповідно до наявних підприємств із переробки сільськогосподарської продукції;

- природне тяжіння сільськогосподарських виробників до даного населеного пункту з урахуванням його соціально-економічного розвитку та наявної транспортної мережі.

Принцип рівномірності розосередження локальних оптових ринків сільськогосподарської продукції зводиться до розміщення ринку територіально і його формат повинен відповідати рівню концентрації окремих видів продукції у сировинній зоні з розрахунку розвитку внутрішньовидової конкуренції між сільськогосподарськими товаровиробниками.

Формат локального оптового ринку сільськогосподарської продукції характеризується сукупністю організаційних і технологічних ознак. Зокрема місцем розташування, наявністю складів, тари, місця зважування продукції, спеціалізацією, розміром торговельної та сировинної площ, характером обслуговування тощо. Такий підхід максимально сприяє не лише виробництву однотипної продукції, а й дає змогу збільшувати чисельність потенційних покупців і враховувати їхні потреби за окремим асортиментом продукції.

Місце знаходження локального оптового ринку слід вибирати ретельно і зважено. Раціональний вибір місця забезпечує йому тривалу конкурентну діяльність стосовно інших суб'єктів ринку. Такі ринки створюються у місцях, де зручно зустрічатися покупцям і продавцям.

У с. Артасів Жовківського району Львівської області протягом періоду збирання картоплі та овочевої продукції функціонує стихійний локальний ринок з їх реалізації.

Уже кілька років поспіль із навколишньої території у межах до 10 км сільськогосподарські товаровиробники, а це фермерські та господарства населення, власним транспортом завозять продукцію у визначене місце, що знаходиться поблизу господарських будівель місцевого фермера А.В. Вовкуна. Місцезнаходження стихійного оптового ринку зумовлено наявністю високотоннажної ваги, яку надає її власник для користування сільським товаровиробникам безкоштовно.

Невеликі партії сільськогосподарської продукції з ринку вивозять споживачі малотоннажними автомобілями для потреб санаторіїв, закладів громадського харчування та з метою подальшої роздрібною реалізації. Формують також великі партії окремих видів сільськогосподарської продукції для постачання на оптовий регіональний ринок „Шувар“ та в інші регіони України. Зокрема, сільськогосподарську продукцію таких видів як капуста, морква, картопля вивозять в Одеську, Миколаївську, Закарпатську, Вінницьку та інші області.

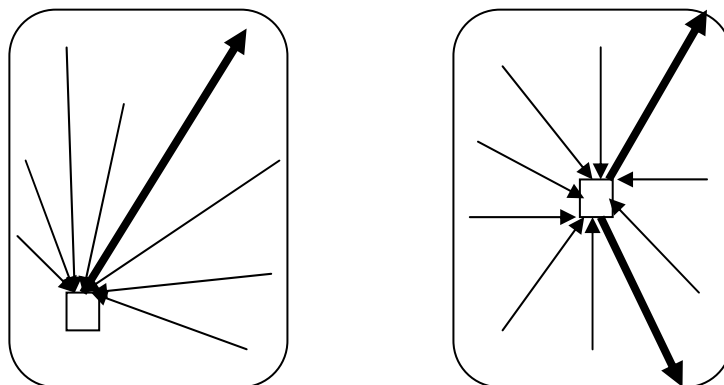
За багаторічну діяльність співпраці встановилися контакти споживачів з інших регіонів із місцевими товаровиробниками і здійснюються узгоджувальні домовленості в часі для формування великих партій сільськогосподарської продукції та її вивезення. Ціну на продукцію визначають на рівні ринкової з урахуванням її якості, а розрахунки здійснюють готівкою. Можливі відхилення від ринкової ціни за взаємною згодою сторін, особливо у період, коли пропозиція значно переважає попит. Протягом періоду торгів щорічний загальний обсяг різноманітної продукції, що реалізується на стихійному локальному ринку сягає понад 6 тис. т. Великим недоліком у діяльності такого ринку є щоденне очікування покупців власниками селянських господарств, які пропонують незначні обсяги продукції до реалізації.

Під місцем розташування локальних ринків сільськогосподарської продукції слід розуміти вибрану точку окремого регіону, де є відповідні сприятливі умови для облаштування та здійснення торговельних операцій. Регіон його функціонування визначається параметрами частини певної території, а масштаби обумовлюються достатньою постачальницько-реалізаційною можливістю сільськогосподарських товаровиробників і перспективами розвитку. Опанування локальними ринками території залежить від природних умов та комунікаційного забезпечення.

Створення локального оптового ринку сільськогосподарської продукції на території кожного окремого регіону має бути узгодженим з доступністю встановлення його прямих зв'язків із виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами. При виборі місця для ринку необхідно враховувати наявність і стан навколишньої дорожньої мережі. Перевагу слід віддавати тим місцям, які розміщені на магістральних шляхах або на незначній відстані від них і є можливість використання усіх наявних видів транспорту виробників. Враховувати треба й транспортні витрати, які понесуть виробники на доставку продукції на ринок і витрати на транспортування продукції споживачам.

З позиції виробників і споживачів транспортні витрати можна поділити на дві групи, які пов'язані: із доставкою продукції на ринок — це витрати сільськогосподарських товаровиробників; із доставкою продукції споживачам.

Величина транспортних витрат може суттєво змінюватися залежно від місця розміщення ринку на обслуговуючій території. Розміщувати ринок на окраїні сировинної зони нераціонально, оскільки транспортні витрати зустрічних перевезень сільськогосподарської продукції виробниками на ринок призведуть до збільшення сукупної величини транспортних витрат (рис. 2).



а) нераціональний б) раціональний
 —→ - потоки продукції товаровиробників;
 —→ - потоки продукції споживачам.

Рис. 2. Варіанти розміщення центру оптового локального ринку сільськогосподарської продукції*

Транспортні витрати виробників сільськогосподарської продукції на доставку її на локальні оптові ринки можуть слугувати підставою для визначення території ринку. Критична відстань, на яку доцільно транспортувати товаровиробникам продукцію на ринок, може бути розрахована за допомогою графічно-математичного методу ¹ (рис. 3).

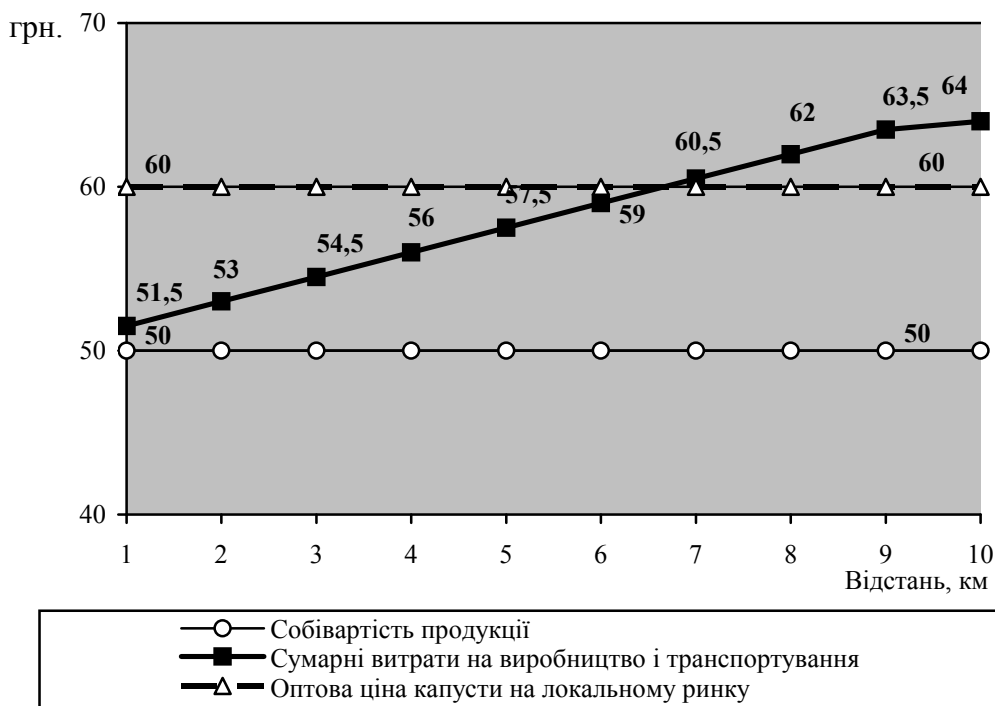


Рис. 3. Визначення критичної відстані на доступність постачання продукції на локальний оптовий ринок товаровиробниками

¹ Горбонос Ф.В. Кооперация : методологічні і методичні основи / Ф.В. Горбонос – Львів: ЛДАУ, 2003. – 264 с.

Використавши вихідні дані, тобто ціну на оптовому ринку на певний вид продукції та сумарні витрати на виробництво і транспортування її до ринку, одержимо точку перетину прямих суми сукупних витрат й оптової ціни, що відобразить для виробника рівень беззбитковості виробництва та реалізації. Це буде критична відстань, на яку може доставляти сільськогосподарський виробник свою продукцію на локальний оптовий ринок, що забезпечить йому прибутковість. Отже, сумарні витрати на виробництво і транспортування продукції не повинні перевищувати рівень оптової ціни на одиницю продукції.

Виходячи із територіальної доступності виробників до місця розташування локального оптового ринку всю територію можна поділити на чотири зони (рис.4):

зона недоступності – територія, де собівартість і транспортні витрати виробників на одиницю продукції перевищують ринкову ціну;

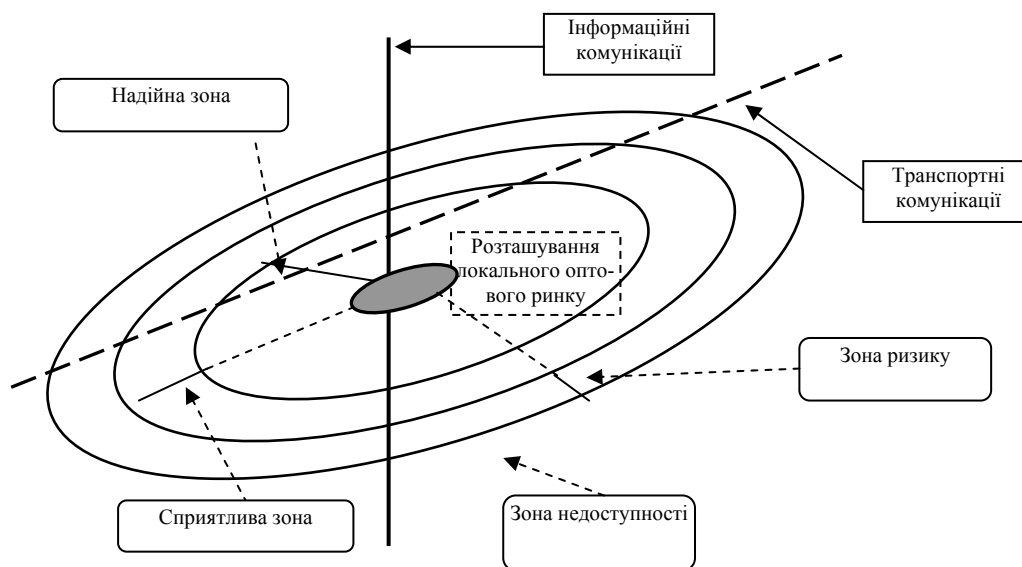


Рис. 4. Версії зон постачання продукції сільськогосподарськими виробниками на локальний оптовий ринок

зона ризику – територія, де собівартість і транспортні витрати виробників на одиницю продукції будуть рівними або вищими за ринкову ціну;

зона сприятливості – територія, де собівартість і транспортні витрати виробників на одиницю продукції будуть нижчими від ринкової ціни;

зона надійності – територія, де собівартість і транспортні витрати виробників на одиницю продукції будуть значно нижчими за ринкову ціну.

Формат кожного окремого оптового локального ринку сільськогосподарської продукції не може слугувати стандартом та бути обраним для усіх варіантів їх організації на регіональному рівні, оскільки не враховує реальної кількості населення й домогосподарств, що знаходяться у межах його діяльності та забезпеченості транспортом виробників і споживачів. Використання певного формату як зразка також ускладнюється природними умовами окремої території, оскільки за передгірної чи гірської зони вони як комунікацією, так і чисельністю населення значно відрізняються від території зон Полісся чи Лісостепу. При виборі місця розміщення локального оптового ринку має бути врахована сировинна зона сільськогосподарської продукції, наявність підприємств з її переробки тощо.

Створення локальних оптових ринків має відбуватися шляхом добровільного об'єднання господарств населення та інших організаційно-правових структур, що

є виробниками сільськогосподарської продукції, на основі договірних відносин. Виробники зберігають свою господарську самостійність та юридичну відокремленість. Але вибір взаємовідносин обумовлюється можливістю кожного із виробників маневрувати своєю діяльністю, що дає шанс ефективніше здійснювати кожному свою господарську діяльність.

Адміністрація ринку може складатися з числа фермерів, приватних підприємців або навіть керівників сільськогосподарських підприємств, діяльність яких відбувається на даній території і вони є учасниками ринку. Прерогативу у формуванні адміністрації мають особи, які надали місце для розташування ринку.

Економічні відносини між виробниками й адміністрацією мають відбуватися на основі укладених попередньо узгоджених договорів, в яких необхідно чітко обумовити всі організаційно-економічні питання щодо термінів та умов постачання продукції виробниками, її якості, обсягів, асортименту, певної черговості тощо, а встановлення цін відбувається на основі ринкових, що склалися на конкретний момент¹.

Для успішного функціонування локального ринку його адміністрація повинна здійснювати моніторинг ринкових цін, рівень попиту і пропозиції на окремі види продукції, визначати канали реалізації й упорядковувати збутову діяльність, передбачати розрахункові схеми. На нашу думку, серед багатьох питань, які повинні бути чітко викладені у договорах, мають стати питання розподілу кінцевих економічних результатів діяльності суб'єктів локального ринку з оптимальним поєднанням їхніх інтересів. Аналогічні договори укладаються адміністрацією локального ринку із споживачами сільськогосподарської продукції.

Для сільськогосподарських виробників ефективність функціонування локального оптового ринку мала б означати забезпечення гарантованого збуту їхньої продукції, узгодження взаємоприйнятого рівня збутових цін, а для інших суб'єктів – споживачів, з якими укладаються угоди, гарантоване постачання у визначений строк необхідної кількості продукції, особливо це є важливим для забезпечення сировиною переробних підприємств.

Модель можливої організації та механізму взаємовідносин на локальному оптовому ринку сільськогосподарської продукції представлено на схемі (рис. 5).

Раціональна організація і оптимальне поєднання діяльності виробників і оптового ринку можуть забезпечити реалізацію всієї продукції, а умовне встановлення й закріплення зон за локальними оптовими ринками дасть можливість зберегти частину продукції в місцях виробництва, зокрема із зон недоступності та ризику, й одержувати її в міру необхідності.

Умови, які сприятимуть успішному функціонуванню локального оптового ринку, такі:

- приміщення, які надані для складування продукції та її обробки використовуються виключно за призначенням ;
- формування великих партій продукції згідно із замовленням споживачів;
- усі витрати по доставці продукції на оптовий ринок несуть виробники;
- ціна на усі види продукції оптового локального ринку встановлюється на рівні ринкової на конкретний момент;
- комісійний збір використовується на утримання складських приміщень і витрат з організації робіт на локальному ринку;
- функціонування локального ринку є безприбутковим.

Усі операції, пов'язані із формуванням великих партій та організацією реалізації продукції, мала б здійснювати за певну винагороду група найманих осіб із числа жителів населеного пункту, де розміщений оптовий ринок.

¹ Горбонос Ф.В. Кооперація : методологічні і методичні основи / Ф.В. Горбонос. – Львів: ЛДАУ, 2003. – 264 с.

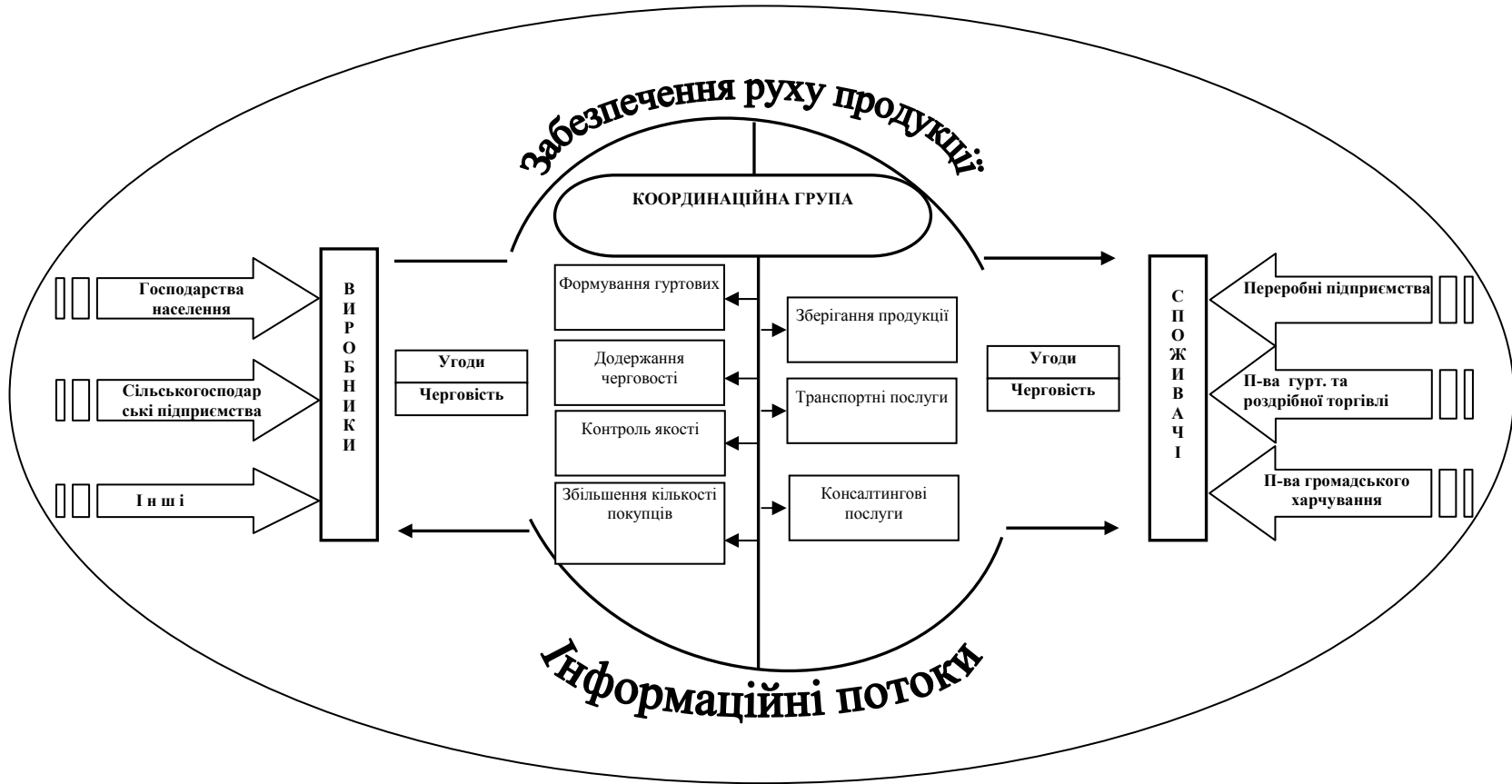


Рис. 5. Організація та механізм взаємовідносин на локальному оптовому ринку

Вони мали б забезпечити створення належних організаційних умов для проведення оптових зручних торгів за участі споживачів і товаровиробників сільськогосподарської продукції.

Адміністрація локального оптового ринку повинна володіти ринковою ситуацією стосовно цін і запитів споживачів сільськогосподарської продукції, які можуть бути партнерами оптового ринку, здійснювати контроль за якістю поставленої продукції виробниками та дотриманням правил торгівлі. При необхідності, окремим сільськогосподарським виробникам на їхнє замовлення можуть надаватися транспортні послуги й торгова техніка для здійснення операцій навантажувально-розвантажувального характеру.

Модель зв'язків, що формуються на оптовому локальному ринку, відображає взаємозалежну систему відносин, націлену для задоволення в однаковій мірі інтересів сільськогосподарських товаровиробників, споживачів і працівників ринку (рис.б). Адміністрація повинна забезпечити рівноправність усіх товаровиробників і споживачів, їхній мінімальний ризик, доступність кожному із учасників до інформації щодо ціни та якості продукції.

У процесі розробки організаційно-економічного механізму функціонування локального оптового ринку сільськогосподарської продукції важливим є пошук узгодження економічних інтересів виробників і споживачів шляхом урегулювання цінової політики. В окремих ситуаціях допускається можливе відхилення від ринкової ціни.

На основі домовленостей та угод між адміністрацією ринку, виробниками й споживачами на окремі види продукції можливе формування ціни на перспективу як сталої на основі ринкової ціни на певний момент. Варіант можливого вирішення зазначеного питання може коливатися в досить широкому діапазоні від встановлених за домовленостями та нижчих відносно цін конкурентів на ринку сільськогосподарської продукції, а також із урахуванням обсягів

реалізованої продукції й понесених оптовим ринком витрат пов'язаних із організацією заготівлі та реалізації продукції.

У цілому в договорах доцільно передбачити і захистити інтереси кожного із партнерів локального оптового ринку та виробити юридично правові наслідки відповідальності за невиконання або неповне виконання умов співпраці.

У будь-якому випадку оплата за поставлену продукцію сільськогосподарськими товаровиробниками на локальний оптовий ринок відбудеться лише тоді, коли здійсниться безпосередній процес продажу продукції за готівку споживачам. Адміністрація оптового ринку повинна забезпечити розрахунки з сільськогосподарськими товаровиробниками в день реалізації їхньої продукції, реквізувавши не більше 1,5 – 2 % від виручки кожного виробника як кошти, сплачені за послуги локального ринку та на оплату його працівникам.

Оптові ринки мають стати не лише елементом інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції, а й первинною ланкою і організаційно-технологічною одиницею економіки держави. На регіональному рівні оптові ринки повинні перерости в аграрні центри, де покупці й продавці зможуть купити чи продати продукцію, провести розрахунки та одержати кредит, мати повну інформацію про ціни, попит і пропозицію на продукцію.

Проте формування мережі оптових ринків на регіональному й локальному рівнях зіткнулося з рядом проблем, таких як:

- відсутність необхідного законодавчого і нормативно-правового регулювання;
- відсутність готових управлінських рішень, а також необхідних матеріальних і людських ресурсів;
- недостатня увага до цієї проблеми з боку усіх гілок влади¹.

¹ Гладій М.В. Формування оптового ринку в Україні / М.В. Гладій // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 41 – 43.

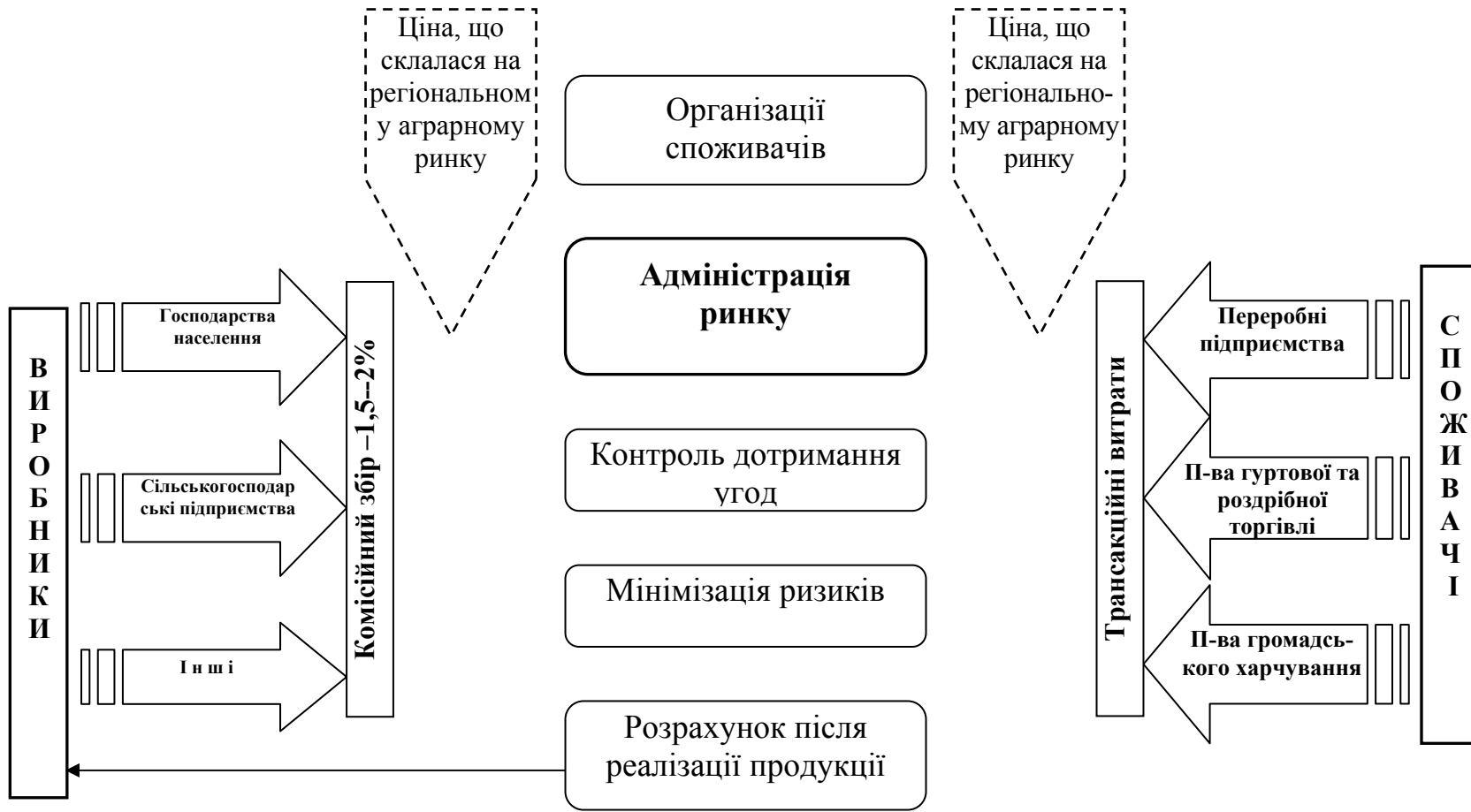


Рис. 6. Економічний механізм взаємовідносин на локальному аграрному ринку

Локальні оптові ринки сільськогосподарської продукції мають працювати на громадських засадах, мати статус безприбуткових, але створення їх потребує державної підтримки, зокрема у забезпеченні нормативно-правовою базою. Потрібно прийняти Закон України „Про оптові ринки“, який би своїми положеннями регламентував певні функції ринку, що не регулюються ринковим середовищем, наприклад, недопущення монопольної ціни на імпортні фрукти.

Таким чином, формування оптових ринків на регіональному та локальному рівнях як елементів інфраструктури є доцільним. Для сільськогосподарських виробників ефективність функціонування локального оптового ринку мала б означати забезпечення гарантованого збуту їхньої продукції та узгодження взаємоприйнятю рівня збутових цін, а для інших суб'єктів — споживачів, з якими укладаються угоди, гарантоване постачання у визначений строк певного обсягу продукції відповідного асортименту та якості.

*

Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку

**О.Г. ШПИКУЛЯК, кандидат економічних наук
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»**

Основою поступального розвитку економік потрібно вважати ринок як структуровану і поряд з цим консолідовану систему, яка є середовищем взаємодії економічних агентів. Економіка в ринку функціонує за законами конкуренції, балансування попиту-пропозиції й товарно-грошових відносин.

Ринок виник еволюційно у результаті поділу праці, появи приватної власності на елементи продуктивних сил, а головне — виникнення інститутів бізнесу. Як зазначав Адам Сміт, ринкова економіка є цілком природний процес, але для забезпечення логічної конструкції ринку повинні бути створені необхідні умови (конкуренція, антимонопольне регулювання тощо), у межах яких кожен з учасників прагне одержати власну вигоду¹. Виходячи з цього, ринок необхідно розглядати як утворення, в якому пануючими є товарно-грошові відносини, а рушійною силою розвитку — економічний інтерес індивіда. У віданні ринку знаходяться усі без винятку процеси суспільно-економічного буття, адже він формує сукупні пропозицію і попит, тому саме у цьому ракурсі розглядаються теорія й методологія ринку як економіко-соціальної системи.

Усвідомлення значимості ринку для упорядкування господарських взаємодій та забезпечення відповідних ефектів суспільству є вагомим підставою стверджувати про еволюційність ринку як складника величезної сукупності досягнень людства. Вважаємо, що поведінка людини у процесі еволюції господарсько-торговельних відносин створила один із найбільш дієвих, значимих феноменів — ринок. Означені твердження вимагають від науки пошуку істин, усвідомлення й осмислення законів ринку, інституціональних умов функціонування, інфраструктурних змін і державної регуляторної політики як в історичному, так і в сутнісному й практичному ракурсах.

Предтечею визначення сутності, ролі та місця ринку в економіці постали товарообмінні процеси, мотивації людської взаємодії, які створили передумови для науко-

¹ Сміт А. Теория нравственных чувств. — М.: Республика 1997. — 351 с.