



М.І. Ібатулін,

*кандидат
економічних наук*

*Національний
університет
біоресурсів
і природокористування
України*

«ЗЕЛЕНІ РИНКИ» ЯК СКЛАДОВА РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Мета. Здійснити оцінку сучасного стану функціонування роздрібних, оптово-роздрібних продовольчих та оптових ринків сільськогосподарської продукції як складової ринкової інфраструктури продовольчого ринку і запропонувати напрями поліпшення їх діяльності. **Методи.** Діалектичний та абстрактно-логічний; індукції і дедукції; системного аналізу і синтезу; монографічний; порівняльного аналізу; статистико-економічний. **Результати.** Розглянуто концепції створення оптових «зелених ринків», що дасть можливість підвищити частку сільськогосподарського товаровиробника у кінцевій ціні продукту й оптимізувати транзакційні витрати за рахунок вилучення з ринкового процесу неефективних посередників. **Висновки.** На основі узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду функціонування продовольчих ринків запропоновано заходи, спрямовані на поліпшення їх діяльності як складової ринкової інфраструктури продовольчого ринку.

Ключові слова: інфраструктура, ринок, сільськогосподарська продукція, збут, зелені ринки.

Характерними ознаками сучасного стану агропродовольчого ринку є повільне формування ринкової схеми просування продукції до споживача, яка може забезпечити скорочення витрат товароруку, збереження й підвищення її якості, сприяти формуванню ринкових цін. Функціонування об'єктів розподільчої інфраструктури зорієнтовано на задоволення кінцевих потреб споживачів аграрної продукції, інакше кажучи, на досягнення кінцевого результату у вигляді високого рівня обслуговування споживачів, але за умови мінімального використання витрат і ресурсів.

Сформована інфраструктура агропродовольчого ринку не зорієнтована на оперативне

просування сільськогосподарської продукції до споживачів. При цьому збитків зазнають і товаровиробники, які змушені використовувати неорганізовані канали збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу та диктатом посередника, і споживачі, які змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за вищими цінами. Така ситуація зумовлює брак цивілізованих прозорих каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах, а особливо — стабільних зв'язків у ланцюгу «виробник — оптовик — роздрібний продавець — споживач». Наслідком цього є значні

цінові коливання на агропродовольчому ринку, неефективне використання ресурсів, звуження можливостей щодо забезпечення населення якісною сільськогосподарською продукцією в широкому асортименті за доступною ціною, додаткові витрати для виробників, переробників, споживачів, що, зрештою, призводить до втрат державного та місцевих бюджетів.

Мета досліджень — здійснити оцінку сучасного стану функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції та запропонувати способи вдосконалення їх функціонування.

Методика досліджень. Теоретико-методологічною основою досліджень стали законодавчі та інші нормативно-правові акти, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань функціонування ринкової інфраструктури ринку тваринницької продукції. Для розв'язання поставлених завдань застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи: діалектичний і абстрактно-логічний; індукції і дедукції; системного аналізу і синтезу; монографічний; порівняльного аналізу; статистико-економічний.

Результати досліджень. В умовах нестачі фінансових ресурсів треба створити дієву систему, яка забезпечила б залучення й ефективне використання інвестиційних ресурсів для структурної перебудови економіки України, що потребує новітніх механізмів стимулювання економічної активності, зокрема державно-приватного партнерства. Досвід функціонування підприємств розподільчої інфраструктури агропродовольства у Франції, Іспанії, Японії та інших країнах свідчить, що не менше 51% акцій має належати державі або місту [6]. Внесок їх до статутного капіталу може бути представлений правом користування землею, будівлями, спорудами, ринковою інфраструктурою, засобами зв'язку й іншими об'єктами.

У разі створення мережі «зелених ринків» як елемента ринкової інфраструктури в Україні доцільно задіяти управлінські механізми щодо стимулювання інвестиційної активності суб'єктів господарювання, їх орієнтування на впровадження структурних і структурно-інноваційних зрушень є правильним рішенням держави.

Державний сектор у створення «зелених ринків» може зробити свій внесок, скажімо, проведенням політики, що забороняє торгівлю на споживчих ринках до 8 год ранку,

таким чином зумовлюючи перехід на новий оптовий ринок, а також взяттям на себе витрат з улаштування інфраструктури поза межами земельної ділянки для підключення до міських мереж. У свою чергу, держава отримає позитивний імпульс у підтримці малих і середніх фермерів, поліпшенні безпеки продуктів споживання, нижчих споживчих цінах, створенні робочих місць, нижчій завантаженості міста, збільшенні надходжень податку з доходу тощо.

Приватний сектор робить свій внесок у вигляді інвестиційного капіталу. Зазначимо, що кількість задіяних приватних організацій має бути мінімальною, для того щоб звести до мінімуму суперечності та максимізувати ефективність роботи ініціативної групи.

Кредитна установа, така як Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), може зробити свій внесок у вигляді позики за доступною вартістю. Водночас міжнародні фінансові організації, такі як Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), можуть надати технічну допомогу для подальшого розвитку проекту: розробка проектної документації, підготовка тендерної документації, пакета документів для отримання кредиту, навчання персоналу ринку [4].

Для того щоб реалізувати згадані цілі, потрібно відповідним чином вибрати організаційно-правову форму суб'єкта. Це може бути акціонерне товариство (АТ) або товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Остаточне рішення щодо організаційно-правової форми товариства ухвалюють інвестори.

У складі оптових «зелених ринків» доцільно виокремити регіональний агромаркетинговий центр, який стане найголовнішою складовою мережі структури цих ринків. За такого підходу «зелений ринок» буде сформований у вигляді багатофункціонального логістичного комплексу, що поєднуватиме складський, виробничий, торговельний та офісний формати й орієнтуватиметься на забезпечення споживачів регіону продуктами харчування за доступними цінами і тим самим зниження, зрештою, рівня споживчої інфляції.

Діяльність «зелених ринків» доцільно поширити на території однієї або кількох адміністративно-територіальних одиниць. Стратегія розвитку оптових «зелених ринків» в Україні має передбачити їх кількість в 5–6 од., і оптимальним варіантом їх географічного розташування (з урахуванням наявних

оптових ринків і тих, будівництво яких триває) можуть бути такі обласні центри: Львів, Київ, Донецьк, Одеса, Запоріжжя, Харків. Їхнім головним завданням є створення необхідних умов для здійснення операцій купівлі-продажу сільськогосподарської продукції в межах території діяльності.

Враховуючи особливості кожного регіону, пропонується три моделі їх функціонування. Основоположний принцип передбачає, що на відведеній території будуть розміщені об'єкти, які здійснюватимуть оптовий оборот продовольства, а також різні об'єкти, що надаватимуть послуги й посилюватимуть функцію оптового ринку. За основу також взято те, що надана бюджетна підтримка (за рахунок центрального і місцевого бюджетів) обмежуватиметься до 20–30% вартості I етапу будівництва.

Модель I передбачає, що об'єкт буде створений на невеликій відстані від обласного центру (оптимальний варіант — поряд із головною в'їзною дорогою до міста або поряд із міською кільцевою дорогою), для чого відведуть земельну ділянку під освоєння не менше 40–50 га. Чим більша площа, тим вищий потенціал і фінансові потужності для розвитку новостворюваного суб'єкта, що одночасно стане більшою кредитною гарантією для отримання позик.

Безпосередньо під оптовий ринок доцільно відвести 30–35 га. Частина площ, що залишаться впродовж наступних років, доцільно запропонувати комерційним інвесторам з українським, іноземним або змішаним капіталом [5]. Територія під оптовий ринок має освоюватися у 2 або 3 етапи й бути розподіленою на галузеві сектори. Структура поділу та масштаби освоєння базуватимуться на таких чинниках: можливості фінансування I етапу будівництва (власний готівковий капітал, кредитні передумови, урядові, місцеві дотації, тощо); доступність підземної інфраструктури та підключень до неї (відведення дощових стоків, енергетична мережа, санітарний, водний колектор тощо); вивчення ринку (яка галузь має найбільший потенціал, які суб'єкти зацікавлені в розміщенні своїх фірм на території ринку); організація реклами торговельного місця, зокрема умов оренди, купівлі, частки у товаристві як учасника або акціонера тощо; надійність декларацій потенційних користувачів ринку щодо перенесення своєї діяльності на нове місце; підтримка місцевих органів влади і послідовність їх дій

щодо ліквідації основних оптових майданчиків на роздрібних продовольчих ринках та в інших місцях, які не відповідають санітарним і ветеринарним умовам [3].

Після проведення поглибленого аналізу цих передумов територія оптового ринку має бути поділена на кілька секторів:

1. Адміністративна частина, яка охоплює будівлю з офісами та фірмами для надання послуг; зовнішній і внутрішній майданчики для паркування клієнтів та операторів ринку; окремий майданчик паркування для працівників оптових фірм, які працюють на ринку — щоб працівники фірм не займали паркувальні місця, відведені для покупців; в'їзні ворота. Важливо спроектувати будівлю так, щоб була можливість для її розбудови в майбутньому.

2. Територія площею приблизно 4–5 га під квітковий ринок, на якій буде побудовано критий павільйон з можливістю його розбудови, а також прилеглі території під майданчики для паркування клієнтів та під сезонний продаж квітів і кущів та інших декоративних рослин. За основу має бути взято принцип, за яким ця територія повинна мати відповідні площі, що гарантуватимуть розвиток оптової торгівлі у квітковій галузі на наступні 10–15 років.

3. Оптовий ринок овочів і фруктів площею приблизно 4–7 га, на якому буде розміщено критий павільйон для малих і середніх фірм. Оптимальним варіантом є побудова одного великого павільйону з можливістю його подальшої розбудови. Важливо, щоб торгівля такими товарами відбувалася під одним дахом. Якщо такої можливості не буде, то варто відвести територію під будівництво другого павільйону, який, наприклад, буде призначений для великих оптовиків. Довкола павільйонів потрібно спроектувати паркувальні майданчики для покупців, поставальників і запасну територію під продаж з автомобілів на час піку сезонної реалізації місцевих продуктів (у разі, якщо недостатньо місця на фермерському ринку).

4. Паркувальні майданчики під продаж з автомобілів з основним призначенням для українських продуктів. Для цього виду діяльності слід відвести приблизно 5 га. Оптимальним варіантом була б також побудова навісів під продаж з автомобілів таким чином, щоб у майбутньому можна було б трансформувати ці об'єкти в оптові павільйони або складські приміщення різного призначення.

5. М'ясний, рибний та молочний ринки мають бути зосереджені також на окремо відведеній території з можливостями її розбудови. Під цей сектор потрібно відвести приблизно 2–4 га.

6. Слід передбачити територію для розділення сміття, а також для розміщення технічних служб ринку, котельні та майстерень для обслуговування технічних засобів (приблизно 0,5 га).

Викладена вище концепція освоєння території оптового ринку із сектором окремо відведеного фермерського ринку в будь-якому разі має бути проаналізована з погляду специфіки регіону й агропромислової структури. Опрацьовуючи концепцію забудови території, потрібно врахувати наявність під'їзних доріг до ринку, в'їзд на нього, пожежні дороги та виключити конфліктні ситуації під час наступних етапів будівництва (окремий в'їзд на будівельний майданчик).

Невід'ємною частиною першої концепції є наявність запасних площ під комерційне будівництво сервісних об'єктів для оптового ринку [10]. Це стосується будівництва приміщення для зберігання товарів, їх сортування, складів для логістики і дистрибуції спеціалізованих фірм, зокрема торговельних мереж з українським, іноземним або змішаним капіталом.

Вважаємо, що перший такий логістично-розподільчий центр, створений з назвою «Зелений ринок», стане візитною картою регіону та важливою складовою просування його продукції в інших регіонах України і навіть в інших країнах Східної Європи, зокрема Росії, Білорусі, Казахстані і т. ін.

Модель II є ідентичною моделі оптового ринку з елементом фермерського ринку. Додатковою складовою є створення технологічного парку для переробки сільськогосподарської продукції безпосередньо поряд із центром або на його території. Це переважно стосується регіонів України, де є перевиробництво сільськогосподарських продуктів, великі виробничі потужності та бажання інвестувати в переробку сільськогосподарських продуктів.

За цією концепцією пропонується відведення земельних ділянок відповідної площі під будівництво об'єктів різного типу переробки. На запропонованих відведених земельних ділянках мають бути створені фірми, що здійснюватимуть переробку місцевої продукції, яка пропонуватиметься для продажу

на ринку. Це мають бути фірми, що займаються заморожуванням овочів і фруктів, виробництвом різних заморожених товарів (морозиво, піца, пельмені, вареники, овочеві суміші тощо), виготовленням сушених овочів і фруктів, консервів, соків, а також обладнання для виробництва та переробки і т. д. [8]. Ідея полягає в тому, щоб створити сприятливе середовище для малого та середнього бізнесу з переробки сільськогосподарської продукції. Ця система, як і в першому варіанті, стане елементом, що підтримуватиме оптовий ринок і регіональний агропромисловий комплекс. Важливо, щоб пропозиція була привабливою для потенційних інвесторів, вона має створити сприятливе середовище для інвестицій у широкому розумінні цього поняття.

Модель III доцільно розвивати у регіонах з інтенсивним аграрним виробництвом — переважно овочів і фруктів. Це стосується регіонів, у яких спостерігається перевиробництво такої продукції, є наразі значний потенціал та можливості його розвитку в майбутньому. У цій моделі пропонуємо на площі 10–15 га створити логістичний центр, який забезпечуватиме продаж продуктів для інших регіонів України, а також у мережі супермаркетів і дисконтних магазинів, для переробних та експортних фірм. Ця модель передбачає, що приблизно на 40% площі буде створено типовий оптовий ринок, на якому місцеві виробники пропонуватимуть свої продукти для місцевого ринку, а також для фірм, що здійснюють посередництво у галузі дистрибуції в регіони України, на експорт та для переробки. На зазначених площах також потрібно відвести територію для будівництва офісного приміщення, де розміщуватиметься адміністрація ринку, контрольні служби (санітарно-епідеміологічна, ветеринарна, служба стандартизації, представництво митної служби тощо). Щоб виконати цю вимогу, потрібно на пільгових умовах призначити частину площ під оренду або продаж для інвесторів, які здійснюють закупівлю сільськогосподарських продуктів, сортування і пакування, а також для центрів логістики та дистрибуції мереж супермаркетів і фірм, що працюють у сфері переробки овочів та фруктів. Там також можуть бути розміщені фірми, які займаються замороженням цих продуктів. Близьке розташування виробника є умовою, що сприяє розміщенню такого

виробництва. Це також каталізатор зміцнення або створення кооперативної діяльності. Пропонована концепція сприятиме тому, що український ринок використовуватиме свій вагомий міжнародний потенціал не лише у сфері виробництва пшениці, кукурудзи та соняшнику, а й у сфері вирощування овочів і фруктів, що є значно дохіднішою справою. Відповідно розширюватиметься виробництво та створюватимуться нові робочі місця. Цей варіант можна використати у багатьох регіонах України, які перебувають на межі виживання, для підтримки розвитку сільськогосподарської кооперації, або для створення нових галузевих виробничих груп [9].

Слід також зазначити, що це найдешевша модель для практичної реалізації. Такі центри можуть також бути партнером для оптових ринків у великих міських об'єднаннях з переважним місцевим виробництвом.

Економічну ефективність суб'єктів розподільчої інфраструктури доцільно розглядати в таких аспектах: економічна та соціальна ефективність [1]. Вважаємо, що під економічною ефективністю діяльності інфраструктури доцільно розглядати положення суб'єкта в ринковому середовищі, а також фінансові результати діяльності (обсяг товарообороту, час обігу, ефективність вирощування фондів та ін.). Щодо соціальної ефективності розподільчої інфраструктури агропродовольчого ринку, то вона є кінцевим соціальним результатом діяльності суб'єктів інфраструктури і виявляється у задоволенні споживчого попиту, якості обслуговування тощо [1]. При цьому слід мати на увазі, що інтереси покупця в частині якості обслуговування можуть бути зведені до орієнтації споживачів на найменші витрати коштів і часу і найбільшу зручність за придбання продукції.

Економічна ефективність об'єктів розподільчої інфраструктури характеризується обсягами та структурою продажу продовольства, ціною, якістю, послугами доставки, наданням кредитів та ін. Механізм конкуренції сприяє зростанню соціальної ефективності суб'єктів розподільчої інфраструктури з метою підвищення їх економічної ефективності, так само їх існування залежить від спроможності задовольняти споживчий попит [2].

Окрім того, на величину економічного ефекту об'єктів розподільчої інфраструктури впливають зміни зовнішнього і внутрішнього середовища (організація маркетингової діяльності, надійність контрагентів, система

взаєморозрахунків, доступність і повнота інформації, кваліфікація і вартість робочої сили, розвиток соціальної сфери регіону, транспортні умови тощо).

Отже, організація сільськогосподарських кооперативних та оптових продовольчих ринків допоможе надати мобільності та гнучкості збутовій інфраструктурі агропродовольчого ринку завдяки розвитку торговельних підприємств, орієнтованих на різні категорії як виробників продовольчої продукції, так і її споживачів.

Зазначимо, що кооперативні й оптові ринки мають відводити селянину-виробнику головну роль у формуванні пропозиції товарів і цін на них. Багаторічний досвід роботи таких оптових ринків у світі довів, що саме співпраця селянина-виробника з оптовими ринками забезпечила їм сталий, прогнозований і позитивний розвиток. У Польщі, наприклад, для заохочення роботи таких ринків навіть застосовували методи заборони торгівлі на них для несільськогосподарських виробників, а на місцевих — для немісцевих.

Ринок укладає угоди із сільськими радами, де сконцентровано виробництво плодоовочевої продукції. Кожний селянин може отримати картку виробника, яка гарантує йому наявність торгового місця на ринку; знижку в сезон у розмірі 10%; останні новини щодо торгівлі, цін, обсягу продукції та асортименту; контакти адміністрації ринку.

Для отримання картки потрібно взяти у сільській раді довідку про наявність землі (чи довідку про вирощування будь-якої продукції), яку слід надати адміністрації ринку. Відповідно виробникові у спеціально зарезервованій зоні торгівлі на ринку буде надано торгове місце. Додатково на допомогу селянам на території ринку організовано функціонування інформаційної довідки, завдяки якій виробник може дізнатися інформацію про стан ринку: ціни на продукцію, обсяги та асортимент продукції, яка перебуває на майданчику, чинні тарифи, а також забронювати торгове місце. Співпраця із сільськими радами передбачає інформування останніх про стан ринку — надається інформація про ціни на основні види продукції, що вирощують у сільській місцевості, далі вона розповсюджується серед селян за допомогою інформаційних плакатів, розміщених на території сільської ради.

Висновки

Оптові ринки, які є одним із організаторів розподільчої інфраструктури, неспроможні вирішити питання раціональної організації оптової торгівлі продовольством. До системи розподілу продовольства доцільно ввести наявні оптові підприємства, які мають місткості для зберігання, площі та обладнання для переробки вантажів, переробні й допоміжні підприємства, а також розподільчі термінали великих оптових організацій, створюючи на їх основі оптові продовольчі ринки, розподільчі продовольчі центри. Широкого розвитку можуть набути автономні розподільчі центри, які можуть бути методичними, організаційними і технологічними структурами, які дають можливість відпрацьовувати механізми створення й ефективного функціонування підприємств регіональної оптової торгівлі з урахуванням її специфіки. Створювати розподільчі центри продовольства можна на основі наявних оптових плодоовочевих підприємств, які мають порівняно розвинену систему зберігання, холодильні місткості. Умовою реалізації регіональної продовольчої політики має бути комплексний підхід

до організації системи управління оптовими ринками. При цьому пріоритетними мають бути: удосконалення нормативно-правової бази оптової торгівлі; державний нагляд та контроль за дотриманням чинного законодавства щодо оптової торгівлі; державне регулювання інвестиційної діяльності через конкурентне фінансування інноваційно-інвестиційних проектів в оптовій ланці з використанням бюджетних, позабюджетних і залучених коштів за рахунок емісії боргових зобов'язань, державного стимулювання підприємництва в оптовій торгівлі через регіональні програми підтримки; підтримка вітчизняних товаровиробників через надання товарних кредитів великим оптовим структурам під гарантії місцевих адміністративних структур; пільгове кредитування закупівлі продовольства, надання гарантій адміністрації регіонів під кредити комерційних банків для підприємств оптової торгівлі; надання пільг на податок з майна для великих оптовиків, які здійснюють повний комплекс постачальницько-збутових операцій з переходом права власності на товар.

Бібліографія

1. Амбросов В. Механізми ефективного функціонування агроформувань/В. Амбросов, Т. Мареніч// Економіка України. — 2011. — № 6. — С. 60–66.
2. Березин І.С. Маркетинг и исследования рынков/И.С. Березин. — М.: Русская Деловая Литература, 1999. — 416 с.
3. Бурцев В.В. Совершенствование системы управления сбыта продукции/В.В. Бурцев//Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 6. — С.57–68.
4. Копитець Н.Г. Функціонування системи збуту продукції скотарства: теоретико-практичний аспект: монографія/Н.Г. Копитець. — К.: Ін-т аграрної економіки, 2007. — 210 с.
5. Ляшенко Г.П. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках/Г.П. Ляшенко, Л.Л. Лазерник. — Ірпінь: Академія ДНС України, 2003. — 272 с.
6. Паска І.М. Функціонування роздрібних продовольчих ринків як елемента інфраструктури агро-

продовольчого ринку/І.М. Паска//Вісн. ХНТУСГ. — 2012 — № 125. — С. 210–215.

7. Свиноус І.В. Економічні аспекти функціонування особистих селянських господарств/І.В. Свиноус. — К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2010. — 418 с.

8. Файчук О.М. Стратегічні пріоритети регулювання аграрного ринку України в умовах глобалізації/О.М. Файчук//Наук. вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. — 2009. — Вип. 142. — Ч. 1. — С. 201–206.

9. Ціхановська В.М. Конкуреноспроможність вітчизняної агропродовольчої продукції та напрями її підвищення на світовому ринку/В.М. Ціхановська, Ю.М. Павленко//Економіка АПК. — 2011. — № 5. — С. 66–70.

10. Шебаніна О.В. Формування і ефективний розвиток продовольчого підкомплексу АПК: монографія/О.В. Шебаніна. — К.: ННЦ ІАЕ, 2007. — 368 с.

Надійшла 10.08.2015.