

УДК 332.6:[339.175:332.122]

Донець Л.І., к.е.н., доц.
 Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського
 Чмаріна В.В., к.е.н.

Академія перукарського мистецтва Київського національного університету культури і мистецтва

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ В ІНФРАСТРУКТУРІ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Розглянуто особливості інфраструктури продовольчого ринку на сучасному етапі його функціонування

Постановка проблеми у загальному вигляді. Торговля є важливою галуззю народногосподарського комплексу, яка дуже чутливо відображає всі пропорції або диспропорції, що мають місце на споживчому ринку і в економіці в цілому. Її розвиток багато в чому залежить від структурної політики. Реалізація соціальної, структурної орієнтації економіки дозволяє створити матеріальну основу для розвитку торгівлі.

Торговля опинилась під впливом глибоких структурних зрушень, диспропорцій між виробництвом та споживанням. А саме, вона сприяє розширенню ринку, масштабу виробництва, впливає на формування накопичення, яке є основною умовою розширеного відтворення, представляє собою головну ланку, яка зв'язує сферу виробництва та сферу споживання.

При цьому торгівля, як галузь, створює економічні цінності, сама створює прибуток, а не утримується за рахунок частини прибутку, створеного в сфері виробництва, який передається їй у вигляді надбавок. Об'єктивно необхідною передумовою ефективного функціонування економіки в цілому, і торгівлі зокрема, є розвинута ринкова інфраструктура.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми становлення й функціонування споживчого ринку України й торгівлі як галузі економіки висвітлено в наукових працях учених В. Апопая, В. Базилевича, О. Березіна, М. Белявцева, В. Гесца, А. Мазараки, Л. Омелянович, Е. Прутської, А. Садекова, Л. Фролової, А. Шубіна, В. Якубенко та інших. У цих дослідженнях розглядаються зміни й проблеми внутрішньої торгівлі України на базі різних теорій, проведено аналіз тенденцій розвитку споживчого ринку в цілому та мережі роздрібною торгівлі, зокрема, запропоновано методичний інструментарій щодо підвищення ефективності функціонування торговельних підприємств. Оскільки серед розмаїття товарів і продукції вагома частка належить продуктам харчування, то процеси створення та функціонування продовольчих ринків набувають певної гостроти й актуальності.

Мета статті полягає у обґрунтуванні особливостей організації торгівлі в інфраструктурі продовольчого ринку та шляхів її удосконалення.

Викладення основного матеріалу дослідження. Поняття продовольчого ринку тісно пов'язане з поняттям торгівлі, торговельної діяльності, тобто діяльності по продажу продовольчих товарів з метою одержання прибутку.

Продовольчий ринок – велика сфера господарської, комерційної діяльності та вкладення праці, яка потребує формування та розвитку в умовах становлення ринкової економіки. Зміни відносин власності, ринкова конкуренція, розширення виробництва та споживання продукції аграрного сектору визначають сучасні підходи до організації та управління торгівлі на ринках, що є поєднаною ланкою між товаровиробником та торговельними підприємствами [3,с.20]. Торговля на продовольчих ринках в умовах трансформації економіки має певне соціально-економічне значення. Економічне значення торгівлі на цих ринках полягає в тому, що вона є невід'ємною складовою системи товаропросування матеріальних благ із різних секторів виробництва до споживачів, яка рівноправно конкурує з іншими товаропровідними системами. Вільний доступ до даної форми торгівлі безпосередніх товаровиробників і відсутність у більшості випадків посередника дає продавцям на ринках основну конкурентну перевагу – у ціні реалізації. Ціни на основні види продовольчих товарів на ринках є відносно нижчими в порівнянні з цінами на аналогічні вироби в роздрібній і дрібногуртовій мережі.

Ця перевага продовольчих ринків є суттєвою, оскільки за останні шість років (рис. 1) спостерігається стійка тенденція збільшення цін на основні види продукції сільського господарства, які складають основу продовольчого кошика споживачів на вітчизняному ринку.

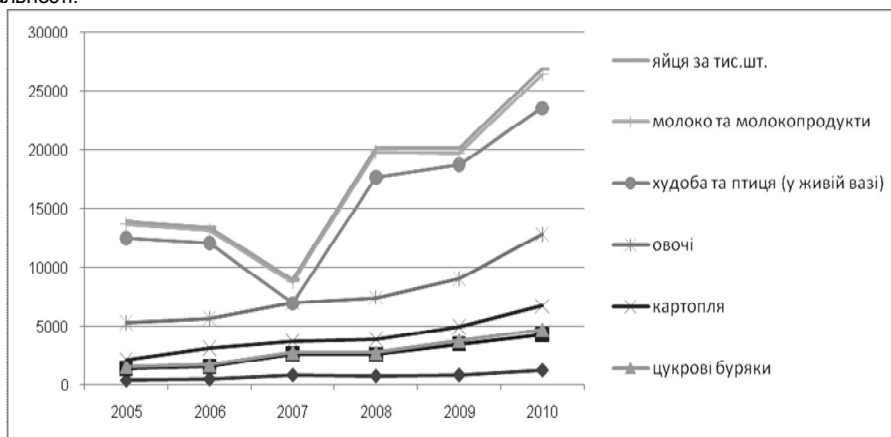


Рис. 1. Середні ціни реалізації сільськогосподарськими підприємствами (крім малих) продукції сільського господарства [5]

Водночас слід відмітити збільшення обсягів сільськогосподарського виробництва в 2011 році в порівнянні з відповідним періодом попереднього 2010 року (табл. 1). Але ця тенденція притаманна сільськогосподарським підприємствам, зростання обсягу сільськогосподарського виробництва яких збільшилось на 36-44%. Що стосується господарств населення, то цей показник, хоча і виріс в порівнянні з 2010 роком в середньому на 1%, все ж таки залишається значно меншим, ніж у сільськогосподарських підприємств.

За таких умов споживачі віддають перевагу при здійсненні купівлі продуктів місцевим продовольчим ринкам. Проведене опитування показало, що більшість людей купують продукти харчування на ринку тому, що вони дешевше (37,1%), натуральніше (20,2%) і можна знайти те, чого немає в магазинах (12,9%), а також 15,7% відповіли, що ринок вони вибирають, тому що він знаходиться територіально ближче до їхнього місця проживання.

Таблиця 1. Індеси обсягу сільськогосподарського виробництва у 2011 році у % до відповідного періоду попереднього року

	Сільське господарство-всього	У тому числі		Довідково у 2010 році		
		Сільськогосподарські підприємства	господарства населення	Сільське господарство-всього	У тому числі	
					Сільськогосподарські підприємства	господарства населення
січень	106,9	108,7	95,6	150,5	166,8	96,4
січень-лютий	103,4	104,8	95,5	148,7	165,2	96,5
січень-березень	106,9	109,0	95,5	142,7	157,6	96,7

Розглядаючи загальну кількість відповідей по частоті покупок продуктів харчування, більшість респондентів відповіли, що купують на ринку м'ясні й рибні вироби 27 %, фрукти й овочі купують 23 %, молочні вироби закуповує 19 %, кондитерські вироби – 17 %, хліб і булочки вироби – 7 %. Половина опитаних респондентів закуповує продукти харчування більше двох разів на тиждень. Інша частина населення купує продукти харчування один або менше одного разу на тиждень.

При опитуванні жителів також задавалося питання, чи влаштовує якість продуктів і виробів, які вони купують на ринку. Багато вказали, що якість продуктів харчування їх влаштовує завжди або практично завжди (89,4 %) і тільки 10,6 % відповіли що рідко.

Ефективність ринкової економіки безпосередньо залежить від інфраструктури ринку, яка повинна забезпечувати оптимальне поєднання інтересів продавців і покупців. Будучи сполучною ланкою між виробником і споживачем, ринкова інфраструктура дає можливість виробникам реалізувати вироблену продукцію, а покупцям створити умови для придбання товару в необхідному асортименті та кількості. Посередницькі функції виконують не тільки різноманітні торговельні підприємства, але й допоміжні служби, що спеціалізуються на товарах, характері й обсязі торговельних операцій [1].

Ринкова інфраструктура представляє собою сукупність об'єктів та інституційних структур, що забезпечують формування матеріальних, фінансових та інформаційних зв'язків між суб'єктами ринку. Ринкова інфраструктура об'єднує сфери виробництва, обігу та споживання в єдиний ланцюг, забезпечує прискорення обігу матеріальних, фінансових та інформаційних потоків в економіці, сприяє підвищенню ефективності суспільного розвитку. Визначну роль в цьому відіграє відповідна торговельна інфраструктура продовольчих ринків, складовими частинами якої є засоби, що забезпечують ефективну торгівлю на ринку [2].

Наприкінці 90-х років ХХ ст. стан ринку сільськогосподарської продукції та продовольства характеризувався досить повільним просуванням продукції до споживача. Потрібно було сформувати нову ринкову схему товароруку, яка була б здатна забезпечити скорочення втрат сільськогосподарської продукції, підвищити її якість, сприяти формуванню ринкових цін. У ланцюгу "виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач" не було тривалих, стабільних зв'язків. Поява на продовольчому ринку неорганізованих посередницьких структур, багаторазовий перепродаж продукції цими структурами призводили до штучного завищення цін. Торгівля сільськогосподарською продукцією та продуктами харчування в основному ґрунтувалася на особистих контактах учасників ринку, переважали бартерні форми розрахунку. У більшості товаровиробників не було навичок та умінь знаходити вигідні умови для реалізації своєї продукції.

У цих умовах Кабінет Міністрів України ухвалив рішення про формування в областях України мережі продовольчих ринків та удосконалення їхньої діяльності [6].

Формування мережі продовольчих ринків створює такі вигоди:

- 1) для споживачів – своєчасне забезпечення дешевшими та якісними продуктами харчування, ринковою інформацією;
- 2) для товаровиробників:
 - створення однакових умов для виходу на конкурентний ринок;
 - прискорення чи спрощення порядку просування продукції до споживача;
 - забезпечення попиту на продукцію;

- збереження робочих місць;
- концентрація підприємницької діяльності в одному місці;
- 3) для фермерів і особистих підсобних господарств – можливість продавати без посередників;
- 4) для оптовиків, які реалізують продукцію на ринку:
 - збільшення кількості оптових покупців;
 - користування послугами ринку без додаткових капітальних витрат на створення своїх складів;
 - зниження ризику;
 - можливість порівняння цін і якості товарів, що пропонуються конкурентами, і встановлення реальних ринкових цін на свою продукцію;
 - можливість вибору своєї спеціалізації;
 - налагодження комерційних зв'язків із солідними покупцями;
 - 5) для оптовиків, які закуповують продукцію на ринку:
 - можливість порівняння цін та якості товарів, що пропонуються різними продавцями (товаровиробниками та оптовиками);
 - можливість вибору за принципом "ціна – якість – обсяг закупівлі";
 - зниження ризику бути обманутим чи закупити неякісну продукцію;
 - налагодження комерційних зв'язків із великими торговельними компаніями і виробниками;
 - 6) для інвесторів – можливість вкладення інвестицій під гарантії місцевих органів влади.

На продовольчому ринку гуртова ланка зв'язує виробників-аграріїв з суб'єктами роздрібною мережі, яким надається можливість закуповувати продукти у необмежених обсягах та у широкому асортименті, більш повно використовувати складське господарство, оснащене сучасними технічними засобами, збільшувати товарообіг, скорочувати транспортні витрати, що сприятиме збільшенню прибутку [3, с. 23].

Реалізація у формі торгівлі на ринках вирощеної сільськогосподарської продукції і продовольства, живої худоби, птиці, домашніх тварин, декоративних птахів може проводитися, як правило, на спеціалізованих продовольчих ринках, а також на змішаних продовольчо-непродовольчих за умов наявності в останніх належних умов і їх відповідності санітарно-епідеміологічним вимогам.

На продовольчих і відповідних частинах змішаних ринків торгівлю більшістю продуктів тваринного походження (м'ясом, м'ясопродуктами, салом, битою птицею, яйцями, медом, молоком і молокопродуктами, сиром тощо) зосереджують у накритих ринках і павільйонах, що відповідають санітарним вимогам. Продукти і продовольчі товари, що є менш вразливими до дії зовнішніх факторів (картопля, овочі, фрукти і ягоди, борошно і крупи та продукти їх переробки тощо), можуть продаватися ринковими торговцями на відкритих ринках за накритими і відкрити ми столами-прилавками.

Територія накритих приміщень і відкритих майданчиків ринку на основі даних про динаміку привозів сільгосппродукції поділяється на окремі зони (сектори) з чітко вираженою внутрішньогруповою спеціалізацією. Кожен сектор повинен мати власну спеціалізацію з урахуванням асортименту укрупнених груп ринкової реалізації, що склався в торгівлі на ринках (м'ясо-птиця, молоко і молокопродукти, овочі-фрукти, борошно-крупи і т. ін.); спеціалізовані сектори, своє чергою, розбиваються на окремі торгові місця.

Як ринкові торговці на продовольчих ринках можуть виступати: члени індивідуальних, колективних і фермерських селянських господарств, орендари, власники особистих підсобних господарств, члени садівницьких товариств і городніх кооперативів, інші члени підприємств сільськогосподарського виробництва, переробки і торгівлі,

державні та кооперативні торговельні та заготівельні підприємства, торгово-закупівельні підприємства ринків, підприємства залучених систем роздрібно-і гуртової торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, громадського харчування всіх форм власності.

У межах продовольчого ринку дозволяється реалізовувати такі види сільськогосподарської сировини і продовольчих товарів:

– м'ясо та м'ясопродукти, сало, птицю, кролів, нутрій, молоко і молочні продукти, тваринне масло, олію, мед, курячі яйця;

– картоплю, свіжі та солоно-квашені овочі, фрукти, ягоди, баштанні культури, сухофрукти, горіхи;

– дикорослі плоди і ягоди, свіжі та сушені гриби;

– зернові, круп'яні, бобові культури, борошно, насіння соняшнику і гарбузів;

– посадковий матеріал плодово-ягідних культур, насіння овочевих культур і квітів, живі садові квіти, овочеву і квіткову розсаду;

– живу худобу, кролів, нутрій та живу птицю, домашніх тварин, декоративних птахів, акваріумних риби, акваріуми, корм для риби і птахів та ін.;

– тропічні фрукти та овочі, що надходять за імпортом, тільки за наявності сертифіката якості та документів, які підтверджують джерело їх придбання [7].

Торгівля на ринках зазначеною продукцією тваринного та рослинного походження дозволяється тільки після подання її на експертизу в лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи (ЛВСЕ) на ринку й отримання ринковим торговцем від ЛВСЕ документа, що підтверджує належну якість цієї продукції. Саме ЛВСЕ несе основну відповідальність як за правильність результатів експертизи, так і за рівень санітарних умов і доброякісність продуктів, які реалізуються на ринку.

На продовольчих ринках торгівлю більшістю продуктів тваринного походження (м'ясом, м'ясопродуктами, салом, битою птицею, яйцями, медом, молоком і молокопродуктами, сиром тощо) зосереджують у накритих ринках і павільйонах, що відповідають санітарним вимогам. Продукти і продовольчі товари, що є менш вразливими до дії зовнішніх факторів (картопля, овочі, фрукти і ягоди, борошно і крупи та продукти їх переробки тощо), можуть продаватися ринковими торговцями на відкритих ринках за накритими і відкритими столами-прилавками.

Територія накритих приміщень і відкритих майданчиків ринку на основі даних про динаміку привозів сільгосппродукції поділяється на окремі зони (сектори) з чітко вираженою внутрішньогруповою спеціалізацією. Кожен сектор повинен мати власну спеціалізацію з урахуванням асортименту укрупнених груп ринкової реалізації, що склався в торгівлі на ринках (м'ясо-птиця, молоко і молокопродукти, овочі-фрукти, борошно-крупи і т. п.); спеціалізовані сектори, в свою чергу, розбиваються на окремі торгові місця [7].

Як ринкові торговці на продовольчих ринках можуть виступати: члени індивідуальних, колективних і фермерських селянських господарств, орендарі, власники особистих підсобних господарств, члени садівницьких товариств і городніх кооперативів, інші члени підприємств сільськогосподарського виробництва, переробки і торгівлі, державні та кооперативні торговельні та заготівельні підприємства, торгово-закупівельні підприємства ринків, підприємства залучених систем роздрібно-і гуртової торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, громадського харчування всіх форм власності.

Продовольчий ринок є місцем зустрічі продавців і покупців; забезпечує зберігання, заготівлю і підготовку продукції до продажу; формує ціни в регіоні; документально засвідчує факт продажу; формує замовлення на виробництво. Враховуючи ці функції, продовольчий ринок повинен складатися з таких зон: по-перше, майданчик для торгівлі з коліс; зона підготовки та переробки до продажу; стаціонарні приміщення для дрібнооптових операторів, які працюють із дрібними покупцями; офісний центр, який повинен забезпечити митні процедури, карантинні інспекції, готель, банківську структуру. Якщо ринок буде наповнений цими чотирма основними зонами, він може вважатися таким, що відбувся як оптовий.

Формування моделі продовольчого ринку передбачено [2] здійснювати у два етапи.

Перший етап – створення інфраструктури, яка забезпечить проведення відкритих торгів та створить умови для перебування продавців і споживачів на ринку. Інфраструктура ринку охоплює: обгороджену територію з в'їздами-виїздами; під'їзні шляхи з твердим покриттям; заасфальтований майданчик для надання торгових місць; ваги для продукції; естакади для завантажування худоби на транспорт покупця; санітарно-ветеринарний пункт; офіс та комп'ютерний інформаційний центр; стоянки для легкових автомобілів; кафетерій для харчування відвідувачів; облаштовані місця відпочинку і проведення переговорів.

Другий етап передбачає організацію зберігання непроданої продукції до чергових торгів; розширення забудови для збільшення послуг товаровиробникам та посилення їх економічного впливу в каналах розподілу сільськогосподарської продукції, підвищення свого іміджу, приваблення більшої кількості учасників ринкових операцій і переростання його у великооптовий ринок сільськогосподарської продукції.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Узагальнюючи викладені вище положення та твердження, можна заключити, що системна місія торгівлі в інфраструктурі продовольчих ринків визначається місцем та роллю торгівлі в загальній системі розподілу в суспільному господарстві як комплексу операцій, що дозволяють довести продукти до споживача і може бути сформульована наступним чином: забезпечити надання в розпорядження покупців продуктів харчування, що полегшує їм вибір, придбання та споживання.

Одним із напрямків удосконалення торгівлі на продовольчих ринках є перетворення роздрібно-оптового ринку в торговельний комплекс, ярмарок, а також, сільськогосподарський або сільськогосподарський кооперативний ринок. Вибір шляхів вирішення проблем залежить від специфічності ринків і від цілей їх керівних компаній по поліпшенню своєї діяльності.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці концепції регулювання діяльності продовольчих ринків на державному, регіональному та місцевому рівнях.

Список використаної літератури:

1. *Беляєв М.І.* Оптові продовольчі ринки в комплексі інфраструктури товарного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com.ua/marketing/optovi_prodovalchi_rinki_kompleksi_infrastrukturi_tovarnogo_rinku
2. *Беляєв М.І.* Інфраструктура товарного ринку / М.І.Беляєв. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 416 с.
3. *Березін О.В.* Проблеми формування продовольчого ринку України: Монографія / О.В.Березін – К.: Вища шк., 2002. – 211 с.
4. Інфраструктура та організаційний механізм оптового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.akz.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=51
5. Офіційний сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
6. Про заходи щодо вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів [Текст]: Указ Президента України: [від 23.05.2001 № 334] // Офіційний вісник України /Київська Правда. – 2001. – № 21.
7. Правила торгівлі на ринках: Наказ Мінекономіки України, МВС України, ДНАУ, Держстандарту України [від 26.02.2002 р. 57/188/84/105] [Електронний ресурс]. – Електрон. текстові дані (89,5кбайт) // Дебет кредит. – Режим доступу: <http://www.dtk.com.ua/documents/rus/2002/14/14nov2.html>.

ДОНЕЦЬ Любов Іванівна – професор кафедри прикладної економіки Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

ЧМАРІНА Вікторія Володимирівна – ректор Академії перукарського мистецтва Київського національного університету культури і мистецтва.

Наукові інтереси:

– економічні механізми управління підприємствами внутрішньої торгівлі в умовах конкурентного середовища

Стаття надійшла до редакції 06.11.11 р.