

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТОВИХ РИНКІВ В АПК

Перехід до ринку вимагає розробки наукових основ ефективного господарювання на засадах підприємства, конкуренції.

Актуального значення набуває питання пошуку оптимальних форм господарювання в народногосподарському комплексі і зокрема, в АПК. Від його рішення прямо залежить розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, майбутнє продовольчого сектору.

Реформування відносин власності у сільському господарстві призвело до подрібнення існуючих господарських структур та утворення великої кількості дрібних сільськогосподарських товаровиробників, частка на ринку яких у виробництві окремих видів сільськогосподарської продукції, зокрема овочів, фруктів та м'яса, складає 60-90%.

В загальному, обсяг виробництва продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств у фактичних цінах, за розрахунками, у 2008 році становив 31,4 млрд. гривень [1].

Порівняно з виробництвом та реалізацією сільськогосподарської продукції не було створено нових ефективних та прозорих механізмів у ланцюгу "виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач". Торгівля сільськогосподарською продукцією сьогодні, в основному, ґрунтується на особистих контактах учасників ринку. Тому, ринок сільськогосподарської продукції є специфічним товарним ринком, який складається із сукупності відносин "продавець - покупець". Його структура визначається співвідношенням різних форм реалізації цієї продукції [2].

Основним елементом інфраструктури аграрного ринку є оптові ринки сільськогосподарської продукції, оскільки вони відіграють стрижневу роль у мережі постачання продуктів харчування від виробника до споживача, маркетингового майданчика цивілізованого формування цін на основі попиту і

пропозиції, є об'єктивною передумовою формування оптових партій і переміщення товарних потоків продовольства, в тому числі на експорт.

Оптова торгівля охоплює будь-яку діяльність у справі продажу сільськогосподарської продукції тим, хто її купує для подальшого перепродажу (роздрібна торгівля) або професійного використання (промислові підприємства, організації). Взаємні продажі серед організацій оптової торгівлі також є важливою складовою їх діяльності [3].

Під час реалізації та збуту сільськогосподарської продукції, а також доставки її до споживача, в сучасних умовах господарювання, використовують найоптимальнішу і найзручнішу форму оптової та роздрібною торгівлі в якій, в основному, задіяні посередницькі структури.

Але, домінування на ринку сільськогосподарської продукції неорганізованих посередницьких структур, що монопольно встановлюють ціни, багаторазовий перепродаж товарів цими структурами призводять до втрат доходів виробників сільськогосподарської продукції та втрат споживачів через завищення роздрібних цін.

Відсутність оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією є однією з причин збитковості сільськогосподарського виробництва та низької конкурентоспроможності.

Але, все ж таки, ці питання необхідно вирішувати і приділяти оптовим рынкам сільськогосподарської продукції більше уваги, що покращить виробництво та реалізацію сільськогосподарської продукції і в свою чергу розв'яже багато невирішених питань відповідно до товаровиробника.

Під час реалізації Оптовою торгівлею сільськогосподарської продукції, на нашу думку, в більшій мірі, мають займатися збутові кооперативи, аукціони, торгові центри та оптові ринки (без посередницьких структур). Серед них чи не найперспективнішою формою оптової торгівлі вважаються збутові кооперативи які слід організовувати в районах виробництва продукції [4].

Враховуючи всі обставини які складаються на споживчому ринку країни, допомогу в реалізації сільськогосподарської продукції на оптових

ринках, також повинні надавати і співробітники служби маркетингу. Такі служби повинні вміти вибирати вигідні ринки, аналізувати ринкову ситуацію, готувати рекомендації й рекламні повідомлення про нові види продукції та прогнозувати ринки, розробляти стратегію, тактику торгівлі, забезпечувати основні вимоги до продукції, його асортименту, визначати цінову і збутову політику господарства й контролювати її здійснення.

Відповідно, створення мережі оптових ринків сприятиме виведенню з тіні та легалізації товаропотоків сільськогосподарської продукції, в тому числі вирощеної населенням, прозорому формуванню ціни на основі попиту та пропозиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. www.ukrstat.ua – сайт Державного комітету статистики України
2. Козак Л.В. Вплив структури сільськогосподарського ринку на доходи товаровиробників // Наукові записки “Острозької Академії”: Зб. наук. пр. – Серія “Економічні науки”. - Острог, 2006. – Т.ІІІ. – ч.ІІ. – С.289-295
3. Про оптові продовольчі ринки: Постанова Кабінету Міністрів України від 9 червня 1999 р. № 997.
4. Механізм біржової торгівлі продукцією АПК – елемент ринкової інфраструктури / Під ред. Шпичака О.М.; УААН, Інститут аграрної економіки – К., 2007. – 98 с.