

їхніми філіями, майданчиками для ведення дрібно-роздрібною торгівлі, аптеками, аптечними ятками, готельними комплексами, готелями, мотелями, кемпінгами, прокатними ательє та пунктами тощо.

Роздрібна торговельна мережа має важливе значення у будь-якій економічній моделі. Економічне значення полягає в раціональній організації завершального етапу кожного окремого циклу суспільного виробництва, забезпеченні швидкого і стабільного доведення товарів до споживачів, здійсненні мобільного кругообігу грошових коштів.

**Висновки.** Неоднозначним та дискусійним є питання щодо розуміння та сутності поняття формату та виду роздрібною мережі, яке призводить до певної плутанини в теорії торгівлі. Невизначеність формату роздрібних торговельних підприємств ускладнює подальше позиціонування, що призводить до виникнення цілої низки проблем, серед яких - невідповідності типів покупців та асортименту товарів і послуг, створення інтер'єру торговельного залу, рівня цін тощо. Усе це впливає на суттєве зниження товарообороту, втрату покупців та навіть банкрутство.

Відсутність чітких тлумачень та розумінь у теорії призводить до виникнення проблем у практичній діяльності роздрібних підприємств, які пов'язані з неможливістю визначення стандартів оцінки ефективності діяльності підприємств того чи іншого формату.

Обговорення проблематики форматів торгівлі є необхідною задачею для створення класифікації, у тому числі й видів роздрібною мережі. Але класифікація є інструментом теорії торгівлі, і розвиток різновидів видів, типів та форматів торгівлі допомагає суспільству розвиватися.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Кабінет Міністрів. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення : Постанова від 15 червня 2006 р. № 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=833-2006-%EF>.
2. Торгівля роздрібна та оптова. Терміни та визначення понять : ДСТУ 4303:2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://cgntb.dp.ua/standart\\_gp\\_14.html](http://cgntb.dp.ua/standart_gp_14.html).
3. Апопій В.В. Соціально-економічні підходи до нормування розвитку роздрібною торговельною мережі // В. В. Апопій, Ю. М. Хом'як // Вісник Львівської комерційної академії. – Серія економічна, випуск 23 – Львів: Видавництво ЛКА, 2006. – С. 230 – 236.
4. Апопій В.В. Структурні трансформації в системі торгівлі. Економічні системи : монографія / В. В. Апопій ; [за ред. Г. І. Башнянина]. – Л. : ЛКА, 2006. – 484 с.
5. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія / [за ред. О.О. Шубіна, Я. А. Гончарука]. – Донецьк-Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
6. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Д. Р. Эванс. – М. : Вильямс, 2003. – 1184 с.
7. Годунова М. Как плетутся сети в розничной торговле / М. Годунова // Экономика России: XXI век. – 2002. – № 3. – С. 58–61.
8. Хасис Л. А. Розничные торговые сети в современной экономике / Л. А. Хасис. – М. : Едиториал УРСС. – 2004. – 78 с.

УДК 339.33:338.49

Лопашук І. А.

## СТАНОВЛЕННЯ СУЧАСНИХ ФОРМ ІНФРАСТРУКТУРИ ОПТОВОГО РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ

*Розглядаються питання організації та регулювання діяльності оптових продовольчих ринків і контрактних компаній, досліджується їх функціональне призначення та проблеми становлення. Визначаються основні завдання та принципи діяльності оптових ринків і контрактних компаній, а також фактори, які впливають на ефективність їх функціонування.*

**Ключові слова:** інфраструктура, агропродовольчий ринок, сільськогосподарська продукція, оптові аграрні ринки, контрактні компанії, функції, завдання, принципи, ефективність.

## FORMATON OF THE MODERN FORMS OF WHOLESALE MARKET INFRA-STRUCTURE OF THE UKRAINIAN FOODSTUFFS

*Here are considered the questions concerning organization and regulation of the wholesale foodstuffs market and contract companies activities, also their functional destination and formation problems are investigated. The main tasks and principles of wholesale market and contract companies activities and also factors which influence upon the effectiveness of their functioning are indicated.*

**Keywords:** infra-structure, agrofood market, agricultural products, wholesale agrarian markets, contract companies, functions, tasks, principles, effectiveness.

**Вступ.** Ефективне функціонування агро промислового сектору України залежить від наявності і ступеню розвиненості інфраструктури агропродовольчого ринку, що забезпечує вихід товаровиробників, оскільки основна функція інфраструктури – це сприяння товаровиробникам у доведенні їхньої продукції до споживачів і забезпечення її реалізації.

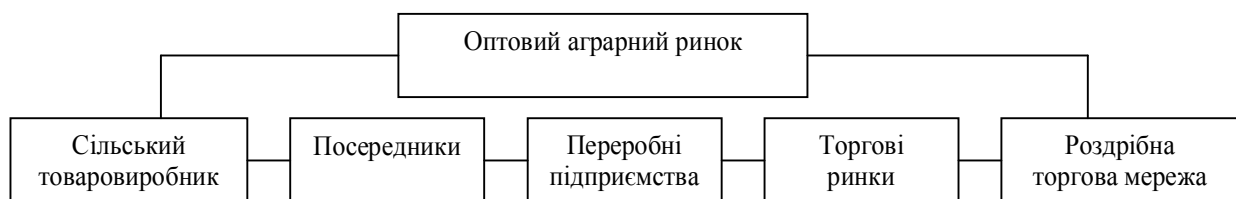
Існуючі канали реалізації сільськогосподарської продукції не формують пропорційну структуру узгодження попиту і пропозиції і не забезпечують ефективний економічний обмін.

Питанням формування, розвитку інфраструктури та ефективності діяльності окремих її елементів присвячені праці таких вчених, як В.Апопій [1], П.Гайдуцький [2], П.Саблук, Г.Черевко [3], О.Шпичак, О.Сохацька, В.Юрчишин та ін. Разом з тим у сучасних реаліях формування організованого аграрного ринку багато питань інфраструктурного забезпечення потребують подальшого дослідження.

них цін і цим самим сприяти збільшенню доходів аграрних підприємств.

У структурі каналів реалізації сільськогосподарської продукції останніми роками з'явилися нові елементи інфраструктури, серед яких особливий інтерес представляють оптові аграрні ринки і контрактні компанії. Основною їх функцією є поліпшення умов і прискорення просування продукції до роздрібною торгівлі та ефективна її реалізація.

Оптові ринки сільськогосподарської продукції це ефективний елемент мережі постачання сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, оскільки тут формуються оптові товарні партії, визначаються реальні ринкові ціни, здійснюється переміщення товарних потоків. Інфраструктура оптового аграрного ринку охоплює оптові, дрібнооптові та оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції. Оптовий продовольчий ринок – це територія, на якій розміщується торговий центр з торговельним залом та мережею



**Рис. 1. Складові оптового аграрного ринку**

Метою статті є аналіз каналів реалізації сільськогосподарської продукції товаровиробниками і обґрунтування сучасних форм інфраструктури оптового ринку продовольства України.

У такому контексті важливо розвивати таку інфраструктуру ринку сільськогосподарської продукції, яка покликана забезпечити прозору й стабільну систему вільного просування продукції, знизити цінові ризики шляхом формування реаль-

приміщень і споруд для дороблення і забезпечення режимного зберігання продукції (сховища, склади, сортувально-пакувальні лінії, обладнання для охолодження продукції та спеціальний транспорт).

Функціонування оптового аграрного ринку, як форми інфраструктури, залежить від значної кількості фізичних та юридичних осіб різних організаційно-правових форм, діяльність яких направлена на задоволення інтересів кожного (рис. 1).

Досвід закордонних оптових ринків свідчить, що концентрація підприємств, що займаються оптовою торгівлею продовольчими товарами в одному місці, має ряд переваг. Створюється ефективна система ціноутворення, де ціни регулюються попиту і пропозицією, формуються партнерські зв'язки між учасниками продовольчого ринку [5].

У більшості країн оптові ринки в основному використовують для реалізації м'ясної, молочної, плодоовочевої, рибної та іншої продукції, що швидко псується, а бакалійні товари на оптових ринках подані як супутні товари.

Наприклад, у Франції діють десятки великих оптових ринків спеціалізованого та універсального характеру. Через ці ринки реалізується більше 50 відсотків поголів'я великої рогатої худоби; 75 відсотків овець; 45 відсотків овочів і фруктів.

Створюючи оптові продовольчі ринки як товаропровідну інфраструктуру для реалізації продукції, держава вирішує ряд проблем економічного і соціального характеру.

Ціни, які встановлюються на оптових продовольчих ринках, є орієнтиром при визначенні договірних цін та гарантованих закупівельних цін державою.

Однак система оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні потребує вдосконалення.

Зокрема, регіональні оптові ринки мають спиратися на розвинену мережу дрібнооптових ринків у сільській місцевості, де виробляється сільськогосподарська продукція і формуються первинні ланки її заготівлі, збуту й руху до торгової 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. Адже, більше половини валового виробництва аграрної продукції припадає на дрібних виробників (табл. 1).

В свою чергу, ефективність функціонування дрібнооптових ринків як інфраструктурних елементів ринку продовольства визначатиметься ефективною співпрацею виробників і споживачів на засадах 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 євро-

пейських та світових норм і зняттю бар'єрів у просуванні сільськогосподарської продукції як на загальнонаціональному ринку, так і виходу на зовнішній.

Таблиця 1  
**Питома вага особистих селянських господарств у виробництві основних продуктів харчування у 2008 р.**

Основні продукти харчування	% до загального обсягу
М'ясо всіх видів	51,3
Молоко	82,2
Яйця	43,4
Зернові	21,0
Соняшник	19,0
Картопля	97,8
Овочі	86,1
Плоди та ягоди	84,5

Основні завдання, які покладаються на них, це:

- організація продажу продукції відповідно до правил торгівлі;
- дотримання вимог якості продукції й відповідного асортименту;
- дослідження та маркетинговий аналіз ринків збуту;
- формування замовлень на сільськогосподарську продукцію та укладення відповідних угод;
- формування оптових партій продукції та їхня реалізація споживачам;
- встановлення рівня взаємовигідних цін виходячи з попиту і пропозиції та кон'юнктурних міркувань;
- прозорість товарно-грошових відносин і доступність до ринкової інформації усіх суб'єктів цього ринку.

Діяльність таких ринків сільськогосподарської продукції мала б ґрунтуватися на таких принципах:

- раціональне розташування в регіоні з урахуванням кліматичних умов і розвитку комунікацій;
- врахування потреб виробників та можливостей регіональних переробних підприємств сільськогосподарської продукції;
- максимальна наближеність споживача сільськогосподарської продукції;
- вибір організаційно-правових форм їх діяльності в рамках чинного законодавства;

- дотримання обґрунтованих розмірів та надходження відповідного обсягу й асортименту продукції.

Тобто, 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 має ряд перешкод. Зокрема, це відсутність необхідного законодавчого нормативно-правового регулювання; відсутність готових управлінських рішень, а також необхідних матеріальних і людських ресурсів; недостатня увага до цієї проблеми з боку усіх гілок влади.

Іншим видом ринкової інфраструктури є контрактні компанії, тобто такі структури, які об'єднують виробників сільськогосподарської продукції з переробними підприємствами, а також іншими юридичними і фізичними особами.

Контрактні компанії - це самостійні, добровільні комерційні товариства продавців, покупців і посередників, які об'єднуються на пайових принципах для здійснення оптових операцій купівлі-продажу сільськогосподарських продуктів і сировини за контрактами у визначених місцях і за встановленими правилами торгівлі. Як торговельна структура контрактні компанії від себе не укладають угод про купівлю-продаж, оскільки не мають реальної продукції. Вони є третьою стороною в угодах при оптовій купівлі-продажу, які укладаються їх членами.

Основні завдання контрактних компаній полягають у забезпеченні безпосередньої взаємодії товаровиробників і споживачів сільськогосподарської продукції та сировини з метою погодження попиту, пропозицій і цін на них, прискоренні та спрощенні руху товаропотоків, взаєморозрахунків і платежів та забезпеченні товаровиробникам і споживачам сільськогосподарської продукції можливостей виходу на монополізований конкурентний ринок.

З урахуванням цього контрактні комерційно-посередницькі структури повинні виконувати такі основні функції:

- інформаційно-координаційна діяльність;
- торгові операції;

- правове і технічне оформлення торгових операцій.

Для здійснення своєї діяльності, утримання виконавчої дирекції контрактні компанії формують основні фонди та основні засоби, які є їх майном.

Контрактні компанії не передбачають одержання високих прибутків. Тому надходження коштів з різних джерел у загальній сумі повинні забезпечити покриття поточних витрат і отримання мінімуму (2-3%) прибутку, який використовується в основному для розвитку виробничої інфраструктури компаній.

Через контрактні компанії можуть укладатися угоди на різні товари (сільськогосподарську продукцію, продукцію переробки, матеріально-технічні ресурси та ін.), тому для зручності у практичній роботі бажано використовувати типовий контракт. Контракт є документом, що фіксує досягненні домовленості двосторонньої угоди між юридичною (фізичною) особою, що має намір продати товар, і покупцем, що хоче придбати той товар на певних умовах. Якщо ж контракт укладається через контрактну компанію і реєструється в ній, то з двосторонньої угоди він перетворюється у тристоронню, де взаємна відповідальність контрагентів перетворюється у відповідальність перед компанією, через яку укладено контракт.

Компанія знаходить покупця, якого задовольняють умови товаровиробника щодо відповідного товару. Між контрагентами укладається угода. Контракт реєструється в компанії і надалі нею контролюється виконання даної угоди. У разі відмови одного з партнерів від виконання зобов'язань компанія використовує страховий внесок на погашення заборгованості, сторони, що зазнала збитків, і подає від свого імені позов до суду для утримання неустойки.

Ініціатива створення контрактних компаній може належати різним організаціям: сільським товаровиробникам, споживачам продукції, переробним підприємствам, державним органам, комерційним структурам, а також іншим юридичним і фізичним особам, включаючи іноземні. Ініціатор визначає організаційну групу, яка виконує всю підготовчу роботу. Кількісний склад засновників не обмежується. Вибір організаційно-правової форми контрактної компанії визначається на установчих зборах, де приймається і її статут. Вони створюються шляхом об'єднання пайових внесків, фінансових ресурсів, майна та іншої власності членів-засновників. Реєстрація здійснюється відповідно до законодавства.

Контрактні компанії можуть об'єднуватись у регіональні спілки, асоціації та інші структури для координації діяльності, захисту інтересів своїх членів, реалізації загальних та регіональних цільових програм розвитку продовольчого ринку. Вони можуть мати свої філіали, які користуються всіма правами, наділятися обов'язками основного підприємства і бути підзвітними йому. Контрактні компанії здійснюють свою діяльність відповідно до статуту і встановлених правил торгівлі.

**Висновки.** Формування сучасних інфраструктурних форм агропродовольчого ринку є доцільним. Для сільськогосподарських виробників ефективність функціонування оптових ринків чи контактних компаній мали б означати забезпечення гарантованого збуту їхньої продукції та узгодження взаємоприйнятого рівня збутових цін, а для інших суб'єктів – споживачів, з якими укладаються угоди, гарантоване постачання у визначений строк певного обсягу продукції відповідно до асортименту та якості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хомяк; [2-ге вид., перероб. та доп. ] ; [за ред. В. В. Апопія.]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 632с.
2. Аграрна реформа в Україні / [Гайдуцький П. І., Саблук П.Т. та ін.; за ред. П. І. Гайдуцького]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 424с.
3. Черевко Г. Проблеми і перспективи формування аграрного ринку в Україні / Г. Черевко // Вісник Львівського державного аграрного університету. Серія Економіка АПК. – 2003. - № 10,(2). – С.208-215.
4. Гладій М. В. Формування оптового ринку в Україні / М. В. Гладій // Економіка АПК. – 2007. – №5. – С.41-43.
5. Федько В.П. Інфраструктура товарного ринка / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов-на-Дону : Фенікс, 2000. – 512 с.

УДК 316.422 : 303.093.2

Мельник І. М.

## ЛОГІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

*В статті розглядається суть трансформації економічних систем, її особливості та принципи здійснення; розкривається послідовність трансформаційних процесів у вітчизняній економічній системі та фактори, що впливають на ефективність трансформації.*

**Ключові слова:** економічна система, трансформація, реформа, фактори, обмеження, принципи.

Melnyk I. M.

## LOGIC AND FEATURES TRANSFORMATION OF UKRAINE ECONOMIC SYSTEM

*In the article the essence of the transformation of economic systems, its features and principles of implementation; disclosed sequence of transformation processes in our economic system and factors that affect the efficiency of transformation.*

**Keywords:** economic system transformation, reform, factors, restrictions principles.

**Вступ.** Процес соціально-економічної трансформації українського суспільства розпочався більше десяти років назад, але до сих пір визначає хід і спрямованість всіх економічних, соціальних і політичних аспектів життя нашої країни. Протягом

всього цього періоду він є предметом досліджень вітчизняних і зарубіжних економістів та суспільствознавців. Дискусія щодо проблем трансформації економічної системи викликана складністю та неоднозначністю процесів економічної перебудови