

## КООПЕРАЦІЯ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Н. Ф. Павленчик, к. е. н., доцент

Львівський національний аграрний університет

А. О. Павленчик, к. е. н.

Львівський національний університет ветеринарної медицини та  
біотехнологій ім. С.З. Гжицького

*Мотивується доцільність розбудови оптових ринків сільськогосподарської продукції на місцевому рівні та подаються окремі фрагменти їх створення.*

**Постановка проблеми.** Реформування аграрної сфери зумовило чималу диференціацію виробників за масштабами виробництва й рівнем забезпеченості матеріально-технічними ресурсами. У значній частині і нині спостерігається недостатньо засобів виробництва, що утруднює проведення робіт з виробництва сільськогосподарських культур у відповідності до агротехнічних вимог. До цього ще й слід додати, що виробники самотужки вирішують питання з придбання засобів праці, сировини і матеріалів та реалізують продукцію. За таких умов можливості індивідуальних товаровиробників реалізується не повною мірою. Успішно розв'язати проблему можна за умов об'єднання їх в кооперативні структури. Утворені силами виробників обслуговуючі підприємства спроможні вивільнити їх від виконання допоміжних робіт і функцій, сконцентрувавши увагу лише на процесах виробництва.

Найтиповішою і наймасовішою формою у сільському господарстві, як свідчить досвід зарубіжних країн, є обслуговуючі кооперативи у будь-якому форматі як спільна організація самостійних господарств власників, які реалізують через неї виробничо-господарські і збутові функції. На нашу думку, такий досвід може бути використаний і на рівні ринку сільськогосподарської продукції у нашій країні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Методологічні основи розвитку кооперації досліджувалися у працях вчених-теоретиків, таких як: О. Анциферов, М. Кондратьєв, Б. Мартос, М. Туган-Барановський, О. Чаєнов. Важливий внесок у розвиток теорії і практики розвитку обслуговуючої кооперації зробили вітчизняні економісти-аграрники: В. Апопій, В. Гончаренко, Ф. Горбонос, В. Зіновчук, О. Крисальний, М. Малік, О. Могильний, Л. Молдаван, А. Пантелеймоненко, Ю. Ушкаренко та ін. Результати їх досліджень є

достатньо ґрунтовні і важливі, мають високу теоретичну і практичну цінність. Проте, на нашу думку, мало дослідженими є питання практичного використання кооперативних структур на ринку сільськогосподарської продукції.

**Мета та методика дослідження.** Метою роботи є мотивувати доцільність господарюючих структур на ринку сільськогосподарської продукції, які формуються і функціонують на кооперативних засадах, та подати окремі фрагменти їх створення. Дослідження проведено із використанням діалектичного методу пізнання та системного підходу при вивченні проблем створення та функціонування кооперативних структур.

**Виклад основного матеріалу.** У ринкових умовах кожен виробник сільськогосподарської продукції стає рівноправним учасником аграрного бізнесу як підприємець. Серед принципів підприємницької діяльності особливе місце посідає вільний вибір способу й каналу просування продукції до споживача. Це означає, що кожний виробник сільськогосподарської продукції, як і кожний її покупець може незалежно обирати вигідний та прийнятний для нього спосіб і елемент інфраструктури, за допомогою якого здійснюватиметься реалізація продукції.

Господарства населення в ринкових умовах набули повноправної чинності господарювання і стали не лише основою матеріального добробуту сільського жителя, а й виступають певною мірою як товарне виробництво. Грошові надходження від реалізації продукції стали основними доходами у багатьох з них, а тому вони націлені не скорочувати обсяги виробництва, а підвищувати рівень товарності.

Частина продукції, що виробляється у господарствах населення, набуває товарної форми, але продаж її дрібними партіями переробним підприємствам чи реалізація оптовикам пов'язані із складнощами організаційного і фінансово-економічного характеру, що спонукає до розвитку надійної інфраструктури, покликаної забезпечити прозору і стабільну систему вільного просування продукції. Важливу роль у структурі каналів реалізації аграрної продукції можуть відіграти нові елементи – оптові продовольчі ринки.

На відміну від інших об'єктів інфраструктури, оптові ринки на засадах взаємодії і співпраці, залучають значну кількість фізичних та юридичних осіб таких як: сільські товаровиробники, посередники, підприємства з переробки сільськогосподарської продукції, мережа торгових ринків, підприємств роздрібної торгівлі тощо, діяльність яких спрямована на задоволення інтересів кожного.

Однак, система великих регіональних оптових ринків характеризується високою дистанційною розосередженістю на території по відношенню як до споживачів сільськогосподарської продукції, так і її виробників, що нівелює умови простого і дешевого моніторингу попиту і пропозиції та забезпечення доступу, особливо дрібних виробників, до близького контакту зі споживачами.

Запровадження ефективної співпраці виробників і споживачів у сільській місцевості та засад вільного і прозорого ціноутворення на тлі дії ринкового механізму, складовими якого є попит і пропозиція, ціна та конкуренція, є можливим за умов створення оптових ринків сільськогосподарської продукції на місцевому рівні. Вони можуть формуватися в рамках чинного законодавства на території підприємств будь-якої форми власності, фермерських господарств, закупівельних організацій тощо, які володіють виробничою базою, придатною для зберігання продукції і організації її купівлі-продажу, і дають згоду. Створення такого оптового ринку має відбуватися без додаткових капітальних вкладень.

Основним їх завданням є зняття перешкод у просуванні сільськогосподарської продукції на загальнонаціональному ринку і виходу на зовнішній шляхом організації продажу продукції відповідно до встановлених правил торгівлі; дотримання вимог якості продукції і відповідного асортименту; формування замовлень на продукцію із виробниками та укладення відповідних угод; формування великих партій і їх реалізація споживачам; встановлення рівня взаємовигідних цін, улагодження протистояння інтересів товаровиробників певного виду продукції і даного регіону; прозорість товарно-грошових відносин та доступність до ринкової інформації всіх суб'єктів цього ринку.

Базовими принципами організації оптових ринків сільськогосподарської продукції на місцевому рівні мають бути: рівномірне розосередження в регіоні з урахуванням природних умов і комунікацій; дотримання раціональних розмірів і надходження відповідного обсягу та асортименту продукції; доступність споживачів до купівлі-продажу продукції; оптимальна забезпеченість потреб виробників; врахування потужності сировинної зони відповідно до наявних підприємств з переробки продукції; природне тяжіння сільськогосподарських виробників до даного населеного пункту, з урахуванням його соціально-економічного розвитку та наявної транспортної мережі.

Принцип рівномірності розосередження оптових ринків сільськогосподарської продукції на місцевому рівні 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 оптового ринку сільськогосподарської продукції на місцевому рівні характеризується сукупністю організаційних і технологічних ознак, характером обслуговування тощо. Такий підхід максимально сприяє не лише виробництву однотипної продукції, а й дозволяє збільшувати кількість потенційних покупців і врахувати їх потреби за окремим асортиментом продукції.

Місце розміщення оптового ринку слід вибирати ретельно і зважено, де є відповідні сприятливі умови для облаштування і здійснення торговельних операцій і, зокрема, наявність складів, тари, місця зважування продукції, а параметри частини певної території, зумовлюються достатньою постачальницькою можливістю аграрних товаровиробників і перспективами розвитку. Опанування території залежить також від природних умов та комунікаційного забезпечення. Перевагу слід надавати тим місцям, які розміщені на магістральних шляхах або на незначній відстані від них, де є можливість використання всіх наявних видів транспорту виробників. Враховувати слід також транспортні витрати, які понесуть виробники на доставку продукції на ринок, і витрати на транспортування продукції споживачам.

Розміщення ринку на периферії сировинної зони є недоцільним, оскільки транспортні витрати зустрічних перевезень сільськогосподарської продукції виробниками на ринок призведуть до збільшення сукупного значення транспортних витрат і доцільним, який виключає односторонній приток продукції на ринок від виробників (рис. 1).

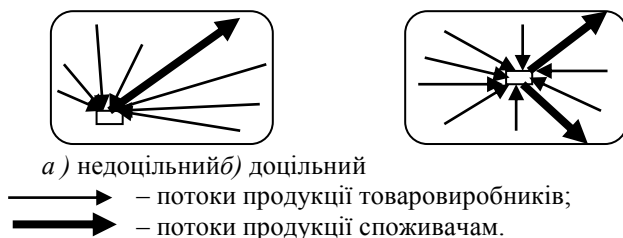


Рис. 1. Варіанти розміщення центру оптового ринку сільськогосподарської продукції на місцевому рівні

Критичну відстань, на яку доцільно довозити продукцію товаровиробниками на ринок, можна розрахувати за допомогою графічно-математичного методу, як одержану точку перетину прямих суми сукупних витрат на виробництво і реалізацію та оптової ціни. Сумарні витрати на виробництво і транспортування продукції не повинні перевищувати рівень оптової ціни на одиницю продукції. У зв'язку з цим місце розташування оптового ринку на місцевому рівні можна визначити з територіальної доступності виробників до нього.

- Несприятлива зона – територія, де сумарні витрати на виробництво і транспортування на одиницю продукції перевищують ринкову ціну;

- Зона загрози – територія, де сумарні витрати на виробництво і транспортування на одиницю продукції будуть рівними або вищими за ринкову ціну;

- Надійна зона – територія, де сумарні витрати на виробництво і транспортування на одиницю продукції будуть нижчими від ринкової ціни;

- Придатна зона – територія, де сумарні витрати на виробництво і транспортування на одиницю продукції будуть значно нижчими за ринкову ціну (рис. 2).

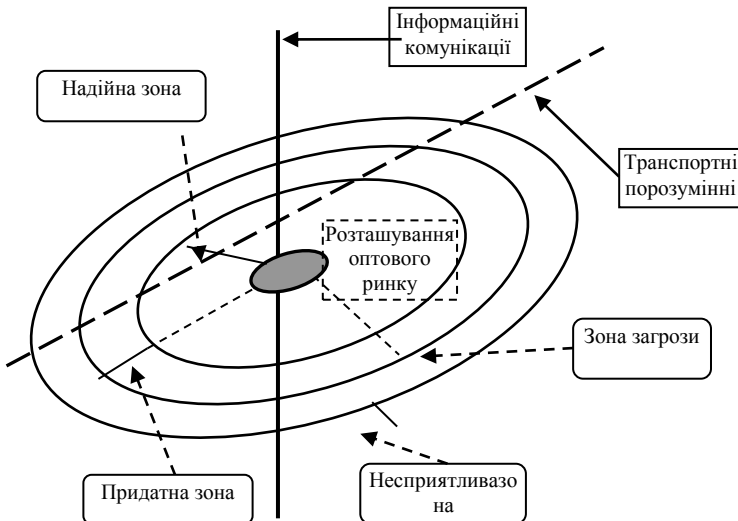


Рис. 2. Версії зон постачання продукції сільськогосподарськими виробниками на оптовий ринок на місцевому рівні

Оптові ринки на місцевому рівні мають створюватися шляхом добровільного об'єднання господарств населення та інших організаційно-правових структур, що є виробниками аграрної продукції, на основі договірних відносин. Виробники зберігають свою господарську самостійність та юридичну відокремленість. Але вибір взаємовідносин зумовлюється можливістю кожного з виробників маневрувати своєю діяльністю, що дає шанс ефективніше здійснювати кожному свою господарську діяльність.

Правління ринку може формуватися з числа фермерів, приватних підприємців або навіть керівників сільськогосподарських підприємств. Прерогативу у формуванні адміністрації мають особи, які надали місце під розташування ринку.

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

Оптові ринки сільськогосподарської продукції на місцевому рівні засновані на кооперативних принципах, мають працювати на громадських засадах, мати статус неприбуткових, але їх створення потребує державної підтримки, зокрема у забезпеченні нормативно-правовою базою.

**Висновки.** Формування оптових ринків на регіональному та місцевому рівнях як елементів інфраструктури, які є засобом встановлення рівня взаємовигідних цін, улагодження протистояння інтересів товаровиробників певного виду продукції і регіону та визначають прозорість товарно-грошових відносин є доцільним.

Для сільськогосподарських виробників ефективність функціонування оптового ринку на місцевому рівні мала б означати забезпечення гарантованого збуту їх продукції та узгодження взаємоприйнятного рівня збутових цін, а для інших суб'єктів – споживачів, з якими укладаються угоди, гарантоване постачання у визначений строк певного обсягу продукції відповідного асортименту і якості.

### **Список використаних джерел**

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

2. Зіновчук В. В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В. В. Зіновчук – 2-е вид., доп. і перероб. – К. : Логос, 2001. – 380 с.
3. Кооперація в агробізнесі : підручник / Ф. В. Горбонос, Л. А. Янковська та ін. – Львів : ЛУБП, 2011. – 360 с.