

УДК 338.439.5

Ціхановська В. М.

д.е.н., доцент,

в. о. завідувача кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,  
готельно-ресторанної справи та туризму,  
Вінницький національний аграрний університет

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ РОЗПОДІЛЬЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

*Запропоновано концепцію модернізації збутової інфраструктури агропродовольчого ринку на основі розвитку споживчої кооперації та створення трирівневої інтегрованої системи «зелених ринків», що дасть змогу підвищити частку сільськогосподарського товаровиробника у кінцевій ціні продукту та оптимізувати транзакційні витрати за рахунок вилучення із ринкового процесу неефективних посередників.*

*Ключові слова: агропродовольчий ринок, агропродовольча продукція, оптові ринки, сільськогосподарська продукція, експорт, імпорт, сегмент світового ринку, сегмент оптового ринку, оптова торгівля*

**Постановка проблеми.** 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. 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. Важливим є розвиток інфраструктури, що забезпечує вихід аграрного товаровиробника (фермера, сільгосппідприємства, селянського господарства) на організований ринок [1]. Таким чином, така ситуація призводить до відсутності цивілізованих каналів товароруку сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на взаємовигідних умовах для всіх учасників.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сучасному етапі проблемам, пов'язаним із розвитком розподільчої інфраструктури агропродовольчого ринку, присвячені наукові праці багатьох вчених-економістів. Найбільш відомими є роботи Г. М. Калетніка, П. Т. Саблука, О. М. Шпичака, В. В. Зіновчука, О. М. Могильного, М. Й. Маліка, В. К. Збарського, Т. Л. Мостенської, П. І. Гайдуцького, С. М. Кваші, О. В. Березіна, А. О. Пантелеймоненка. Водночас, окремі питання формування та розвитку інфраструктури залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, інфраструктура агропродовольчого ринку, яка розглядається у рамках інфраструктури товарного ринку, не дозволяє враховувати її специфіку. Існуючі розбіжності в окремих їх поглядах свідчать про складність й актуальність цих проблем та необхідність подальших наукових досліджень.

**Формування цілей статті.** Розгляд концепції модернізації збутової інфраструктури агропродовольчого ринку на основі розвитку споживчої кооперації та творення трирівневої інтегрованої системи «зелених ринків». Реалізація цього проекту дасть пряму вигоду державі та сільськогосподарським товаровиробникам унаслідок усунення зайвих посередників, корупційних схем і тіньового сільськогосподарського ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний агропродовольчий ринок характеризується нерозвиненістю ринкової інфраструктури, організації заготівель та збуту продукції, недосконалою системою контролю за якістю та безпечністю продуктів харчування. Нині в інфраструктурі агропродовольчого ринку не сформована маркетингова мережа в ланцюгу «товаровиробник (власник продукції) – сільськогосподарські заготівельно-збутові та інші обслуговуючі кооперативи – районні кооперативні агроторгові дома – оптові ринки (товарні біржі, аукціони живої худоби та птиці, оптові плодоовочеві та продовольчі ринки) – споживачі», що негативно впливає на цінову ситуацію на аграрному ринку та не дає можливості виробнику отримати достатній дохід з вирощеної продукції. Ринкова інфраструктура недосконала в плані її функціональності.

В Україні існує 35 акредитованих товарних бірж, 247 агроторгових домів, 1627 оптово-плодоовочевих ринків, проте не досягнуто кінцевої мети – формування цивілізованого посередника між безпосереднім виробником продукції і споживачем. Нині такі структури існують здебільшого формально, а селяни продовжують продавати продукцію далеко не цивілізованим посередникам. Це є причиною нестабільності кон'юнктури ринків, недоотримання безпосередніми товаровиробниками значної частини прибутку, яка переходить до посередників-торговців [2].

На основі проведеного дослідження було встановлено, що формування та розвиток інфраструктури агропродовольчого ринку базується на наступних закономірностях: формування нових елементів інфраструктури на ринкових принципах (товарні біржі, торгові будинки, консалтингові служби, рекламні організації тощо); інертний характер процесу створення окремих елементів інфраструктури агропродовольчого ринку, порівняно із потребами у них (оптові продовольчі ринки).

В Україні починається повільна розбудова оптових ринків сільськогосподарської продукції та продовольства, однак нестача власного капіталу та технічної оснащеності переважної більшості сегментів оптового ринку та ринку послуг в агропродовольчій сфері, відсутність належного інформаційного простору, який забезпечував би відповідні комунікації учасникам оптової торгівлі та можливості їх виходу на зовнішні ринки, не дають можливості повною мірою забезпечити ефективне функціонування структур розподільчої інфраструктури й збереження якісних параметрів продукції. Лише 10% сховищ відповідають сучасним вимогам. Так, сучасних охолоджуваних складських приміщень для зберігання картоплі є лише 4% від загальної їх місткості, овочів – 10% і фруктів – 19%.

Нині сільськогосподарські товаровиробники, зокрема господарства населення, постали перед труднощами з реалізацією вирощеної ними продукції. Основними каналами збуту для сільськогосподарських товаровиробників залишаються переробні підприємства, локальні (районні) продовольчі ринки та супермаркети [3].

В Україні систему оптової торгівлі формують переважно суб'єкти приватної власності. Розвиток її інфраструктури в кращому випадку здійснюється на основі маркетингових досліджень і логістики, але частіше має довільний характер із переважанням історично розміщених об'єктів інфраструктури.

Аналіз ринку овочів в Україні свідчить про те, що нині діє система стихійного гуртового продажу овочів. Ланцюжок товароруку від виробника до споживача перевантажений значною кількістю посередників, що спричиняє зростання кінцевої ціни на овочеву продукцію. Зв'язки між учасниками носять безсистемний та хаотичний характер.

Значна частка обсягів закупівлі худоби та птиці від господарств населення, крім представників переробних підприємств, припадає на комерційних посередників. Існуюча система заготівлі не дає можливості отримати високу ціну через відсутність повної інформації про рівень закупівельних цін у регіоні, про види державної підтримки, що поширюються також на господарства населення, які реалізують худобу

на переробку. Тому ці господарства недоотримують велику частину коштів за реалізовану продукцію, а прибутки дістаються посередникам.

Заготівля молока у господарствах населення здійснюється через достатньо розвинену мережу заготівельних пунктів, але проблемним є наявність спеціального обладнання, зокрема холодильного й лабораторного. Також недостатнє поширення процесу об'єднання господарств населення в кооперативи не дозволяє їм повною мірою захищати свої інтереси перед переробними підприємствами щодо визначення рівня закупівельних цін та інших умов взаєморозрахунків. Найбільш ефективним напрямом збуту сільськогосподарської продукції є реалізація сільської споживчої кооперації. Виконання споживчою кооперацією функцій зі збуту продукції, зокрема виробленої індивідуальними виробниками, органічно поєднується з потребами сільських жителів. На ринку сільськогосподарської сировини і продовольства споживча кооперація може виконувати функції як посередника, так і споживача [4].

Як посередники окремі підприємства, споживчі товариства, споживспілки об'єднують процеси виробництва та споживання. Через заготівлі реалізується суспільний продукт, який створено в агроформуваннях, ОСГ. Процес обміну суттєво впливає на виробництво, постійно взаємодіє з іншими елементами відтворення. Через заготівельну діяльність як посередник, який організує обмін, споживчі товариства, їхні спілки органічно поєднані з виробництвом сільськогосподарської продукції та її споживанням. Збираючи інформацію, необхідну для планування і спрощення обміну, встановлюючи контакти, стимулюючи збут, фінансуючи функціонування каналу реалізації продукції, беручи на себе ризик за товари, заготівлі вони безпосередньо впливають на стан аграрного сектору країни [5].

Заготівельні підприємства сприяють вивільненню коштів, витрачених на її виробництво, а також реалізують новостворену вартість завдяки здійсненню процесу закупівлі та реалізації сільськогосподарської продукції. Вони надають послуги агроформуванням, господарствам своїх пайовиків із доведенням їх продукції до торговельних і промислових підприємств. Одночасно вони надають послуги останнім із забезпечення їх сировиною та матеріалами для виробництва продукції [5].

Необхідність розвитку заготівельної діяльності споживчої кооперації зумовлена тим, що підприємства цієї системи знаходяться в сільській місцевості, тобто безпосередньо в місцях виробництва сільськогосподарської продукції, де значна частина пайовиків мають індивідуальні або фермерські господарства, займаються

збиранням дикорослої та лікарської сировини [4]. Протягом останніх десяти років обсяги заготівель сільськогосподарської продукції та сировини істотно зменшилися.

Зменшення обсягів заготівель продукції системою пояснюється як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами: скороченням обсягів виробництва сільгосппродукції в усіх категоріях господарств і розширенням свободи товаровиробників щодо розпорядження виробленою продукцією; зменшенням обсягу й асортименту державного замовлення на сільгосппродукцію, зниженням її планових поставок за межі України. Негативний вплив цих об'єктивних обставин посилюється суб'єктивними факторами: неоперативність, повільна переорієнтація системи на ринкові відносини; недостатня увага кооперативних організацій розвитку заготівель, нерозуміння пріоритетності їх у господарській діяльності та непристосованість до роботи в ринкових умовах; переважання адміністративних методів управління. Удосконалення організації закупівель сільськогосподарської продукції в особистих господарствах населення має на меті максимізацію обсягів заготівельної діяльності, отже й, підвищення її ефективності. У цьому зв'язку постає питання про можливість системи споживчої кооперації стосовно зберігання й переробки продукції, що вимагає інноваційного оновлення матеріально-технічної бази.

Із метою зміцнення конкурентних позицій заготівельних організацій споживчої кооперації на продовольчому ринку необхідно приділяти увагу обґрунтуванню цінової політики, виявляти можливості підвищення закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію. Це дозволить залучити в процес закупівельної діяльності нові обсяги продовольчих ресурсів. Для організації перерахованих вище заходів слід обґрунтувати підготовку відповідних кадрів і вдосконалення матеріальної бази.

Перспективною для розбудови заготівельної діяльності системи споживчої кооперації України може стати її співпраця в межах оптових продовольчих ринків (ОПР) із збутовими сільськогосподарськими кооперативами. На важливості такої взаємодії акцентовано увагу в «Стратегії розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.)», де, зокрема, зазначається: «Як багатогалузева господарська система споживча кооперація органічно пов'язана з АПК. Тому в перспективі зв'язки споживчої кооперації та АПК суттєво посиляться, будуть створюватися інтеграційні господарські системи з переробки, заготівлі, реалізації продукції» [6].

Важливими складовими об'єктів розподільчої інфраструктури є оптові продовольчі ринки. На їх винятково важливому значенні неодноразово наголошували керівники системи Укоопспілки, зазначаючи, що споживчим спілкам і споживчим

товариствам необхідно домогтися ефективного використання діючої інфраструктури заготівельної галузі [4]. Розвиток об'єктів розподільчої інфраструктури спрямований на формування сучасних каналів якісного й ефективного збуту свіжої сільськогосподарської продукції, насамперед тієї, яка виробляється фермерськими та особистими селянськими господарствами, зокрема, плодоовочевої, ягідної і м'ясомолочної. Ця інфраструктура передбачає створення тривірневої інтегрованої системи «зелених ринків» (рис. 1) [3].

Реалізація цього проекту дасть пряму вигоду державі та сільськогосподарським товаровиробникам унаслідок усунення зайвих посередників, корупційних схем і тіньового сільськогосподарського ринку.

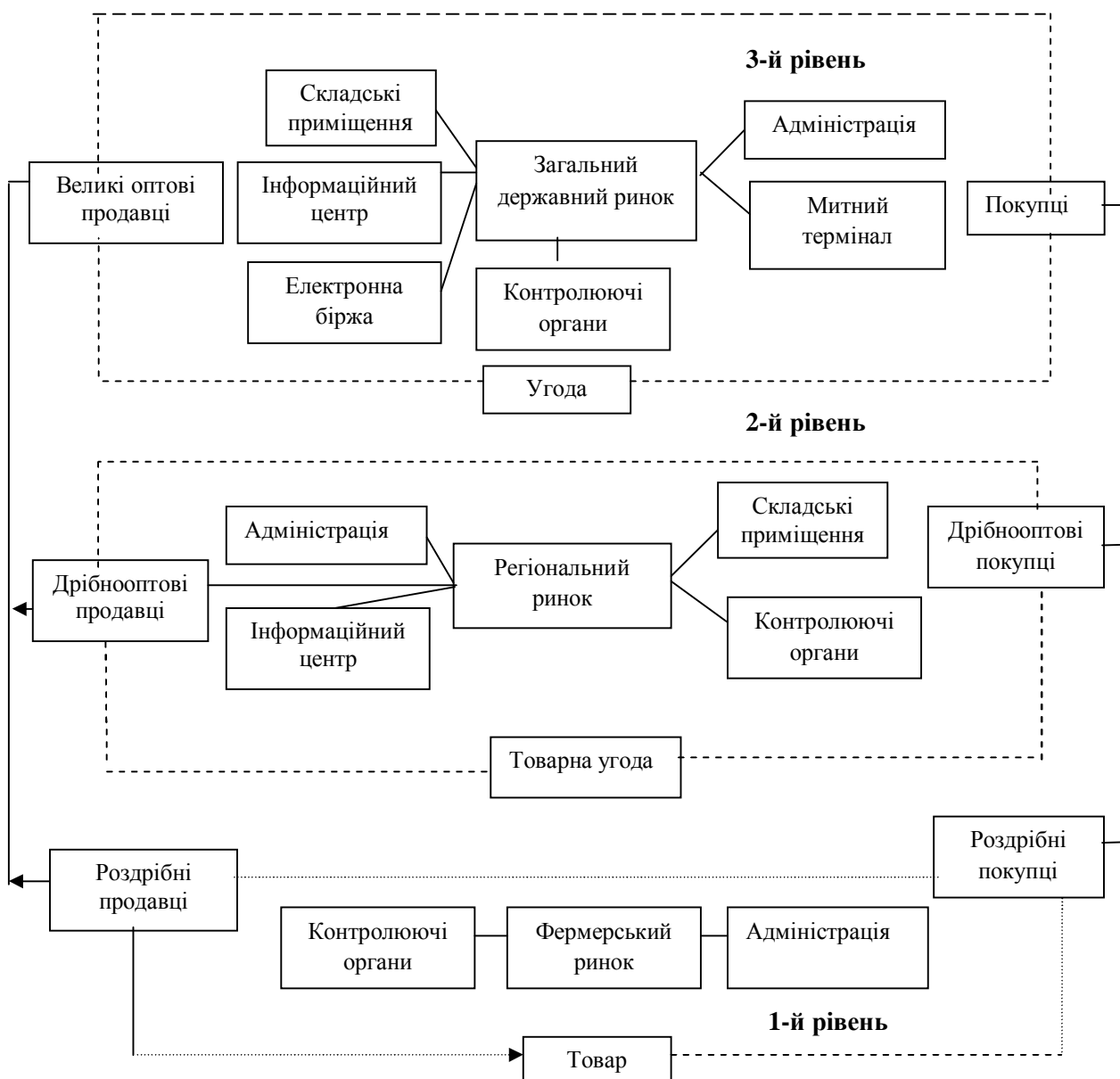


Рис. 1. Організаційна структура функціонування проекту «зелені ринки»

Джерело: розроблено автором.

Експортно-орієнтована спрямованість виробництва сільськогосподарської продукції вимагає, щоб у складі оптових ринків 3-го рівня були всі інституції, які здійснюватимуть підготовку експортних документів. Контроль на кордоні може бути тільки за вибіркоким принципом. Уникнення розгерметизації рефрижераторів зменшує ризик погіршення якості продукції, що транспортується. Передусім це стосується свіжих овочів, фруктів, квіткової продукції. Окрім центру експорту ринок може виконувати транзитну функцію.

В умовах нестачі фінансових ресурсів необхідно створити дієву систему, яка б забезпечила залучення й ефективне використання інвестиційних ресурсів на потреби структурної перебудови економіки України, що вимагає новітніх механізмів стимулювання економічної активності, у т. ч. державно-приватного партнерства. Досвід функціонування підприємств розподільчої інфраструктури агропродовольства у Франції, Іспанії, Японії та інших країнах свідчить про те, що не менше 51% акцій повинно належати державі або місту. Внесок їх до статутного капіталу може бути правом користування землею, будівлями, спорудами, ринковою інфраструктурою, засобами зв'язку й іншими об'єктами [4].

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.

У складі оптових «зелених ринків» доцільно виділити регіональний агромаркетинговий центр, який буде найголовнішою складовою мережі структури цих ринків. За такого підходу «зелений ринок» буде сформованим у вигляді багатофункціонального логістичного комплексу, що поєднує складський, виробничий, торговельний та офісний формати, який орієнтується на забезпечення споживачів регіону продуктами харчування за доступними цінами і, тим самим, зниження в кінцевому рахунку рівня споживчої інфляції. Враховуючи особливості кожного регіону, пропонується три моделі їхнього функціонування. Основоположний принцип передбачає, що на відведеній території будуть розташовані об'єкти, які займатимуться оптовим оборотом продовольства, а також різні об'єкти, які надаватимуть послуги й підсилюватимуть функцію оптового ринку. За основу також взято те, що надана бюджетна підтримка (за рахунок центрального і місцевого бюджетів) буде обмежуватися 20-30% вартості I етапу будівництва. Модель I передбачає, що даний 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 буде відведено земельну ділянку під освоєння площею не менше 40-50 га.

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. Модель III доцільно розвивати у регіонах з інтенсивним аграрним виробництвом, в основному овочів і фруктів. Це стосується регіонів, у яких спостерігається перевиробництво цієї продукції, є значний потенціал у даний час та можливості його розвитку в майбутньому. У цій моделі пропонуємо на площі 10–15 га створити логістичний центр, який забезпечуватиме продаж продуктів іншим регіонам України, а також у мережі супермаркетів та дисконтних магазинів, для переробним і експортним фірмам [4].

У процесі проведеного дослідження розраховано потребу торговельних місць на ринках Вінницької області залежно від чисельності жителів (табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок потреби у торговельних місцях на сільськогосподарських ринках  
Вінницької області

Об'єкти збутової інфраструктури	Кількість торговельних місць	
	Всього	у т. ч. стаціонарних
<i>Районні оптово-роздрібні продовольчі ринки</i>		
Калинівський	95-105	45-55
Козятинський	25-35	10-20
Теплицький	35-45	15-25
Томашпільський	115-125	55-65
Тростянецький	60	30
Гайсинський	35-45	15-25
<i>Міжрайонні оптово-роздрібні продовольчі ринки</i>		
Літинський	25-35	10-20
Могилів-Подільський	30-40	15-25
Немирівський	30-40	15-25
Хмільницький	25-35	10-20
<i>Регіональний оптовий ринок сільськогосподарської продукції</i>		
Вінниця	250-300	200-250

*Джерело:* розраховано автором.

Економічну ефективність суб'єктів розподільчої інфраструктури доцільно розглядати у аспектах економічної та соціальної ефективності. 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 виростання фондів та ін.).

Отже, економічна ефективність об'єктів розподільчої інфраструктури характеризується обсягами та структурою продажу продовольства, ціною, якістю, послугами доставки, наданням кредитів та ін. Механізм конкуренції сприяє підвищенню соціальної ефективності суб'єктів розподільчої інфраструктури з метою підвищення їх економічної ефективності, так само їх існування залежить від спроможності задовольняти споживчий попит. Окрім того, на величину економічного ефекту об'єктів розподільчої інфраструктури впливають зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ (організація маркетингової діяльності, надійність контрагентів, система взаєморозрахунків, доступність і повнота інформації, кваліфікація і вартість робочої сили, розвиток соціальної сфери регіону, транспортні умови та ін.). На підставі проведеного дослідження обґрунтовано переваги розвитку сільськогосподарських кооперативних і оптових продовольчих ринків (табл. 2).

Таблиця 2

Економічні вигоди від організації оптово-роздрібних ринків  
сільськогосподарської продукції у Вінницькій області

Сутність вигоди	Економічне значення
1. Забезпечення населення якісними продуктами за цінами виробника як дрібними, так і великими партіями	Ціни на продовольчі продукти на сільськогосподарському кооперативному та оптовому продовольчому ринках нижчі, ніж на інших ринках області в середньому на 25-35%
2. Забезпечення мобільності торговельної інфраструктури агропродовольчого ринку за рахунок організації роздрібних і оптових форматів торгівлі, орієнтованих на вітчизняних виробників	Задоволення інтересів споживачів, орієнтованих на закупівлю продовольчих товарів як дрібними партіями (в основному населення), так і великими (переважно комерційні структури)
3. Створення додаткових торгових місць для населення і розширення клієнтської мережі для організацій, що працюють на оптовому продовольчому ринку	На роздрібному ринку робота надається переважно населенню в якості продавців і обслуговуючого персоналу, на оптовому ринку – для підприємств сфери послуг, фінансової та інших сфер
4. Розвиток сільських територій	Створення об'єктів інфраструктури сприяє розвитку сільськогосподарських підприємств і забезпечує приплив фахівців на село
5. Зниження соціальної напруженості	Створення в районах області більше 300 робочих місць

6. Гарантовані ринки збуту продовольчої продукції для різних категорій виробників	За прогнозом, щорічне збільшення товарообігу продовольчої продукції на сільськогосподарському кооперативному ринку становитиме в середньому 6-7%, на оптовому ринку – 19-20%
7. Невисока плата за торгові місця, а в ряді випадків безкоштовне надання	На оптово-роздрібних продовольчих ринках передбачена невисока плата за торгові місця для виробників
8. Розвиток конкурентних відносин, стимули для підвищення якості продовольчої продукції	Доступність ринку для різних категорій виробників продовольчої продукції і відсутність перекупників
9. Збільшення доходів виробників, в тому числі за рахунок економії коштів на пошуки каналів реалізації, отримання готівкових коштів, необхідних для забезпечення безперервного процесу виробництва продовольчих товарів	Скорочення трансакційних витрат у середньому на 20%, прямі контакти зі споживачами продовольчої продукції
10. Ефективність організації оптово-роздрібних ринків сільськогосподарської продукції	Термін окупності роздрібного ринку – 4,5 року, оптового ринку – 5 років

*Джерело:* складено автором.

Отже, організація сільськогосподарських кооперативних ринків та оптових продовольчих ринків сприятиме мобільності та гнучкості збутової інфраструктури агропродовольчого ринку за рахунок розвитку торговельних підприємств, орієнтованих на різні категорії як виробників продовольчої продукції, так і її споживачів.

Зазначимо, що кооперативні й оптові ринки повинні відводити селянину-виробнику головну роль у формуванні пропозиції товарів і цін на них. Багаторічний досвід роботи подібних оптових ринків у світі довів, що саме співпраця селянина-виробника з оптовими ринками забезпечила їм сталий, прогнозований і позитивний розвиток.

Важливою складовою загальної системи просування сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства від товаровиробників до споживачів є підсистема зберігання. З урахуванням змін, що відбулися, можна виділити такі напрями її розвитку: входження об'єктів зберігання сільськогосподарських підприємств, плодоовочевих баз, елеваторів тощо у вертикально інтегровані агропромислові виробничо-торговельні об'єднання; організація спеціалізованих галузевих горизонтально інтегрованих формувань зі зберігання; створення вітчизняних закритих розподільчо-складських центрів у рамках торгово-роздрібних мереж, таких, що працюють самостійно; створення перевантажувального та накопичувального

складського господарства, яке обслуговує зберігання продукції державних фондів, зовнішньоторговельні зв'язки, біржову торгівлю [3].

**Висновки.** За результатами проведеного дослідження встановлено, що із 600 опитаних переважна частина респондентів (78,3%) вважає за краще реалізувати вироблені в ОСГ надлишки сільськогосподарської продукції заготівельним організаціям споживчої кооперації. Одержані результати переконують про необхідність відродження діяльності споживчої кооперації як важливого об'єкту розподільчої інфраструктури, що зумовить прояв вигод для держави та сільськогосподарським товаровиробникам шляхом усунення зайвих посередників, корупційних схем та тіньового сільськогосподарського ринку.

Обґрунтовано доцільність створення трирівневої інтегрованої системи «зелених ринків». Оптовий ринок в процесі модернізації розподільчої інфраструктури має стати місцем зустрічі суб'єктів ринку (продавців і покупців); забезпечувати зберігання, заготівлю і підготовку продукції до продажу; здійснювати цінову політику в даному регіоні; документувати факти продажу; формувати замовлення на виробництво; забезпечувати кваліфікованих операторів ринку. Саме такий ринок може забезпечити інтеграцію інтересів сільгосптоваровиробників та переробників.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна зазначити, що при збуті сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства відповідної якості основними проблемами є: своєчасність продажу продукції (термін зберігання обмежений); розподіл сукупного доходу від продажу продовольства за ланками каналу товароруку; інтеграція процесів виробництва і торгівлі; доставка продуктів харчування у необхідному обсязі, у визначений час та у потрібне місце. На рівні макрологістики (галузь, регіон, держава) основними завданнями є: вибір схеми розподілу матеріального потоку; розміщення розподільчих логістичних центрів, інформаційне та фінансове забезпечення товаропотоків та ін. Одним із пріоритетних напрямів розвитку логістичних послуг у вітчизняному аграрному секторі можна вважати будівництво мережі логістичних центрів, яка б охопила всі регіони країни.

#### Список використаної літератури

1. Карпенко А. М. Організаційно-економічні засади формування ринкової інфраструктури продовольчого ринку України / А. М. Карпенко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 11 (49). – С. 122-126.

2. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / За редакцією Лупенка Ю. О., Месель-Веселяка В. Я. – К.: ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 182 с.
3. Ціхановська В. М. Розвиток агропродовольчого ринку України в умовах глобалізації: монографія / В. М. Ціхановська – Вінниця: Вінницька міська друкарня, 2014. – 446 с.
4. Ціхановська В. М. Організаційно-економічний механізм функціонування агропродовольчого ринку України: теорія, методологія, практика: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук: 08.00.03: захищена 25.12.2015: затв. 28.04.2015 / Ціхановська Вікторія Михайлівна; Вінницький національний аграрний університет. – Вінниця, 2014. – 490 с.
5. Березін О. В., Березіна Л. М., Бутенко Н. В. Стан та шляхи підвищення ефективності заготівельної галузі споживчої кооперації України: монографія. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2007. – 193 с.
6. Пантелеймоненко А. О. Аграрна кооперація України: теорія і практика: монографія / А. О. Пантелеймоненко – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 347 с.

#### **ЦИХАНОВСКАЯ В. М. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТОВ РАСПРЕДЕЛЯЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

*Предложена концепция модернизации сбытовой инфраструктуры агропродовольственного рынка на основе развития потребительской кооперации и создания трехуровневой интегрированной системы «зеленых рынков», что позволит повысить долю сельскохозяйственного товаропроизводителя в конечной цене продукта и оптимизировать транзакционные издержки за счет изъятия из рыночного процесса неэффективных посредников.*

**Ключевые слова:** агропродовольственный рынок, агропродовольственная продукция, оптовые рынки, сельскохозяйственная продукция, экспорт, импорт, сегмент мирового рынка, сегмент оптового рынка, оптовая торговля.

#### **TSIKHANOVSKA V. M. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DISTRIBUTION AGRO-FOOD MARKET INFRASTRUCTURE**

*It is presented the concept of modernization of the agro-food marketing infrastructure on the basis of consumer cooperatives and the creation of a three-level integrated system of*

*"green markets", which will increase the share of agricultural producers by the final price of the product, and optimize transaction costs through the removal of market process inefficient middlemen.*

**Keywords:** agro-food market, agro-food products, wholesale markets, agricultural products, exports, imports, global market segment, wholesale market segments, wholesale.