

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАГОТІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто економічну суть та важливість заготівельної діяльності як складової галузі економіки. Висвітлено основні проблеми та завдання заготівельної діяльності. Запропонована сучасна класифікація заготівельних підприємств.

Ключові слова: заготівлі, заготівельна діяльність, заготівельне підприємство, сільськогосподарська продукція, сільськогосподарський виробник

Martsenyuk R.

ECONOMICAL SUBSTANCE STORAGE ACTIVITY ENTERPRISES

There is an economical substance and importance of storage activity as a part of branch of economics examined in this article. The main problems and tasks of storage activity are illuminated. A modern classification of storage enterprises is suggested.

Keywords: storages, storage activity, storage enterprises, agricultural products, agricultural producer.

1. Вступ. У теоретичній моделі ринкової економіки важливе місце відводиться виробничо-заготівельній сфері, яка є посередником агропромислового комплексу між торгівлею та промисловістю. Саме заготівельна діяльність формує основи в реалізації інтересів торгівлі щодо задоволення потреб населення у товарах сільськогосподарського виробництва.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економічної суті заготівельної діяльності суб'єктів господарювання були об'єктом дослідження у працях вчених: В. В. Апопія [6], О. В. Березіна [4], Н. С. Бузулукова, А. Г. Зайченка, Б. В. Зими, А. Зирянова, В. С. Марцина [2], Н. П. Писаренка, Н. Г. Міценко [1], О. Ю. Масленнікова [3], М. Трейсі та інших. Проте, в останні роки дослідження, пов'язані із заготівельною діяльністю, проводились на недостатньому рівні і теоретичні погляди вчених щодо її сутності та адаптації до ринкових умов господарювання є суперечливими.

3. Мета статті і постановка завдання. Метою статті є оцінка економічної суті заготівельної діяльності як посередника між сільськогосподарським виробником і переробними та торговельними підприємствами.

4. Виклад основного матеріалу. Сучасна економіка сприяє розширенню асортименту товарів, які пропонуються покупцям для споживання, зокрема і продукції сільськогосподарського виробництва. У зв'язку з цим особливого значення набуває організація ефективної заготівлі агропродукції у виробника та її постачання на переробні і торговельні підприємства. Функціонування заготівельних підприємств дає можливість значно економити

час, знижувати витрати на доставку товарів і дозволяє вирішувати проблему безпосереднього спрямування сільськогосподарської продукції у заклади торгівлі, ресторанного господарства та переробні підприємства; денатуралізації доходів жителів сільської місцевості і підвищення їх платоспроможного попиту [1, с. 341].

Аналіз економічної суті заготівельної діяльності як конкретної форми товарного обміну опирається на теоретичні основи про те, що товарно-грошові відносини – важлива форма виробничих відносин. Заготівельну діяльність слід розглядати у двох аспектах: як специфічну економічну категорію і як колишню особливо важливу галузь агропромислового комплексу, оскільки система заготівлі забезпечує сільськогосподарських виробників стійким і постійним ринком збуту власної продукції.

Заготівельна діяльність підприємств створює певну частку фінансових ресурсів для інвестування розвитку галузей економіки, а також робочі місця для населення. Ефективно відлагоджена система закупівель забезпечує сільськогосподарських виробників ринком збуту продукції за стабільними цінами [2, с. 300]. Тому розкриття економічних умов і протиріч розвитку виробничо-заготівельної сфери економіки в умовах сьогодення – важлива наукова і практична проблема.

На наш погляд, заготівельна діяльність суб'єктів господарювання – організоване придбання продукції безпосередньо у сільськогосподарських товаровиробників (фермерських господарств тощо) та окремих фізичних осіб з метою централізованого направлення даної продукції на переробні підприємства і безпосередньо у заклади торговельної діяльності.

Важливе місце в організації заготівельної діяльності має розмір і структура заготівельного підприємства. Тому правильна класифікація заготівельних підприємств – це запорука точного, правильного й достовірного обліку, під якою слід розуміти один з методів пізнання, дослідження об'єктів або явищ, що вивчаються.

Суб'єкти господарської діяльності, що займаються заготівлею класифікуються за різними класифікаційними ознаками. Правильніше б сказати, це розподіл на класи, на основі певних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними. Адже, чим оптимальніше виділено ознаки класифікації, тим вищий ступінь пізнання об'єкту.

З метою ефективної організації обліку на заготівельних підприємствах нами запропонована їх класифікація (рис. 1).

підприємств першочерговою є проблема забезпечення оборотними коштами, а вдосконалення методів і форм організації – головне завдання їх фінансової політики. Для забезпечення ефективної діяльності суб'єкт господарювання, насамперед, має авансувати кошти для придбання засобів і предметів виробництва, залучивши необхідну кількість робочої сили з відповідними кваліфікаційними навичками.

Вибір та ефективність форм і методів організації закупівель заготівельними підприємствами у своїх клієнтів визначається рядом чинників, які можна поділити на дві великі групи: соціально-економічні; організаційно-технологічні [4, с. 51].

До соціально-економічних чинників відносять: вид продукції і сировини або особливості якості виду; джерела надходження або закупівлі; обсяги заготівлі ресурсів; періодичність, частота



Рис. 1. Загальна класифікація заготівельних підприємств

На підставі детального аналізу фінансового стану підприємств даного виду діяльності дає змогу зробити висновок, що пошуки можливості підвищення ефективності та результативності їх функціонування вимагають розроблення принципово нових стратегічних напрямів і відповідних тактичних підходів до їх діяльності.

Значний негативний вплив на заготівельну діяльність має скорочення обсягу і асортименту державного замовлення на сільськогосподарську продукцію та планових поставок як в межах України, так і за її межі [3, с. 383]. Проте проблеми ефективного функціонування підприємств заготівельної діяльності включають у себе ряд інших зовнішніх і внутрішніх чинників (табл. 1).

В сучасних умовах господарювання, що склалися в Україні для керівництва заготівельних

надходження та призначення продукції що закуповується; місце споживання заготовленої продукції.

До організаційно-технологічних чинників відносять: систему посередників у певному регіоні; стан матеріально-технічної бази заготівельних підприємств; забезпеченість спеціалізованими транспортними засобами, зокрема для продукції, що швидко псується; забезпеченість заготівельних підприємств трудовими ресурсами з відповідною освітою.

Суб'єкти заготівельної діяльності здійснюють закупівлю сільськогосподарської продукції, тваринницької сировини, вторинної сировини та продуктів переробки: без угод, як разові акти купівлі-продажу; за угодами на закупівлю продукції; за угодами на виробництво (виращування) та

Проблеми ефективного функціонування заготівельної галузі економіки

| Внутрішні | Зовнішні |
|---|---|
| Відсутність стратегії розвитку заготівельної діяльності | Відсутність підтримки держави |
| Відсутність цінової стратегії та економічної обґрунтованості політики ціноутворення | Недосконала законодавча база, особливо податкове законодавство |
| Застаріла матеріально-технічна база підприємств | Високі відсотки за кредитними ресурсами |
| Недостатність власних оборотних коштів | Високий рівень інфляції |
| Відсутність стабільних господарських зв'язків з сільськогосподарським виробником і підприємствами переробної галузі | Зростання конкуренції від приватних підприємств, які здійснюють заготівельну діяльність з порушенням відповідних норм |

продаж виробленої продукції на умовах підяду. До сільськогосподарської продукції належить продукція, яка не пройшла первинної чи промислової переробки – худоба, птиця, молоко, яйця, зерно, насіння олійних культур, картопля, овочі та фрукти, дикорослі плоди, горіхи тощо. До тваринницької сировини – шкури великі і дрібні, вовна, хутровина тощо. До вторинної сировини – брухт чорних і кольорових металів, макулатура, гума, склобій, вторинні полімерні матеріали, кістки тощо. Продукти переробки – продукція, що пройшла первинну чи промислову переробку (м'ясопродукти, молокопродукти, олія, цукор, борошно, крупи, крохмаль, а також овочі та фрукти первинної та промислової переробки) [5, с. 52]. З урахуванням попиту здійснюється закупівля інших видів, перелік яких затверджує керівництво підприємства самостійно з врахуванням місцевих особливостей.

Враховуючи викладене вище, заготівельна діяльність здатна вирішувати такі завдання: стабільне забезпечення переробної галузі, оптової і роздрібною мережі різноманітним асортиментом сільськогосподарської продукції за доступними цінами; підтримка національного виробника в забезпеченні збуту продукції і таким чином, активне залучення інвестицій у розвиток агропромислового комплексу, особливо у домашні фермерські господарства; створення “прозорого економічного середовища” у системі руху товарів та інше. Сфера заготівель в Україні є своєрідним господарським феноменом. У країнах із соціально орієнтованою ринковою економікою, заможним населенням, з розвинутими кооперативними відносинами у сферах аграрного виробництва, торгівлі та споживання, важко уявити та сформулювати необхідність заготівлі розпорощених товарних ресурсів сільськогосподарської продукції у дрібних джерелах їх створення – переважно особистих підсобних господарств, домогосподарств населення сільської місцевості.

Зазначимо, що у сфері заготівель проявляється розбіжність у відносинах окремих підприємств із окремими виробниками товарної продукції (домогосподарствами, фермерськими господарствами, сільськогосподарськими підприємствами) щодо

її (продукції) заготівель. Сумісність відносин досягається при забезпеченні сільгоспвиробників засобами виробництва, наданні послуг підприємствами з переробки сільськогосподарської продукції на давальницьких умовах.

На наш погляд, сферою заготівель слід вважати відносини з формування власних товарних ресурсів торгівлі. Тому, на даний час заготівельній діяльності слід комплексно вирішувати проблему приймання продукції у місцях її виробництва. Також, слід приділити увагу постійності заготівельних підприємств на ринку, тому що в сучасних умовах господарювання, які супроводжувалися відповідними кризовими явищами, посилення конкурентної боротьби призвело до того, що заготівельна діяльність як окрема галузь економіки втратила свої позиції на ринку товарів і послуг: звузилися масштаби її діяльності, знизилася віддача економічного та соціального потенціалу, погіршився соціально-економічний стан, суттєво послабилася її соціальна місія. Проте, заготівлі не стали менш потрібними, оскільки вони дозволяють збільшити надходження сільськогосподарської продукції при відносному скороченні загального обсягу перевезень, зменшити витрати на шляху просування у заготівельно-збутових ланках торгівлі, у сфері споживання, усунути нерівність у відносинах заготівельників з виробниками в тому числі встановити паритет сторін при оцінці продукції, звільнити сільськогосподарського виробника від непритаманної для них функції з транспортування продукції та її реалізації.

5. Висновки. Отже, роль і комплекс завдань заготівельної діяльності в сучасних умовах господарювання потребують серйозного переосмислення як на місцевому, так і державному рівні, що сприятиме міжгалузевій інтеграції споживчого ринку, оптимальному розподілу сільськогосподарських ресурсів країни. Заготівельні підприємства є важливими посередниками між сільськогосподарськими виробниками, переробними підприємствами та торгівлею, які здатні акумулювати інформацію з усіх основних аспектів розвитку агропромислового комплексу та надавати її зацікавленим суб'єктам ринку для потреб управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міценко Н. Г. Стан та стратегічні напрямки розвитку заготівельної галузі споживчої кооперації / Н. Г. Міценко // Вісник Львівської комерційної академії : Серія економічна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2004. – Вип. 16. – С. 340 – 344.
2. Марцин В. С. Економіка споживчої кооперації : підручник / В. С. Марцин, І. Т. Петрук, М. В. Панасик. – К. : Либідь, 1996. – 400 с.
3. Масленніков О. Ю. Заготівельна діяльність споживчої кооперації України: чинники кризи / О. Ю. Масленніков // Вісник Львівської комерційної академії : Серія економічна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2002. – Вип. 13. – С. 382 – 385.
4. Березін О. В. Організація заготівель сільськогосподарської продукції та сировини : [підручник] / О. В. Березін. – К. : НМЦ „Укооп-освіта”, 1998. – 379 с.
5. Методичні рекомендації про порядок закупівлі, ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, продукти її переробки і сировину та розрахунків із здавальниками : затв. Постановою

правління Укоопспілки 27.10.2000 р. № 208 // Збірник нормативних документів із заготівельної діяльності. – К., 2001. – С. 52 – 78.

6. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / В. В. Апопій. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2007. – 368 с.

7. Балабан М. П. Оптова торгівля в інфраструктурі товарного ринку: проблеми і тенденції розвитку / М. П. Балабан // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2006. – № 1 (18). – С. 31 – 35.

8. Неуров І. В. Закупівельна діяльність у ланцюгу поставок / І. В. Неуров // Вісник національного університету „Львівська політехніка” : Серія Логістика. – Львів : Видавництво національного університету „Львівська політехніка”, 2008. – С. 191 – 198.

9. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрямки розвитку оптової торгівлі / Ю. Ю. Юрченко // Вісник Донецького національного університету економіки та торгівлі. – 2008. – № 4 (40). – С. 180 – 186.

УДК: 65.014.1:658.8:334.716

Тягунова З. О.

ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Описана послідовність процесу діагностики конкурентоспроможності маркетингового потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації. Оцінку здійснено аналітичним та графічним способом.

Ключові слова: торговельні підприємства споживчої кооперації України, маркетинговий потенціал, конкурентоспроможність

Tyagunova Z.

UKRAINE CONSUMER COOPERATIVES BUSINESSES MARKETING POTENTIAL COMPETITORSHIP DIAGNOSTICS

The article describes subsequence of Ukraine consumer cooperatives businesses marketing potential competitorship diagnostics process. The estimation is fulfilled by analytical and graphic ways.

Keywords: consumer cooperatives of Ukrainian businesses, marketing potential, competitorship.

1. Вступ. Характерною особливістю ринкових відносин є динамічність зовнішнього середовища, жорсткий конкурентний тиск, швидкі темпи інноваційного розвитку, постійне зростання вимог споживачів. Спостерігається підвищення ролі та значення маркетингу як засобу досягнення мети в процесі обліку, аналізу, планування та контролю

функціонування підприємства. Вважається, що саме управління маркетинговим потенціалом зможе прискорити реформування торговельної галузі споживчої кооперації та вирішити проблеми посилення її ринкових позицій. З огляду на це, оцінка конкурентоспроможності маркетингового потенціалу торговельних підприємств є беззаперечною.