

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ГОСПОДАРСТВАМИ НАСЕЛЕННЯ

***Анотація.** Розглянуто організаційно-економічний механізм збуту продукції. Досліджено принципи організації збуту продукції господарств населення. Узагальнено відповідність вимог організаційно-економічного механізму збуту продукції та методи регулювання збуту сільськогосподарської продукції. Виявлено інструменти організаційно-економічного механізму регулювання збуту сільськогосподарської продукції господарств населення.*

Ключові слова: збут сільськогосподарської продукції, критерії вибору каналів збуту, вагомість критеріїв, особисті підсобні господарства, інфраструктура, послуги суб'єктів інфраструктури, система послуг.

O. Fedyk

PRINCIPLES OF ORGANIZATION AND METHODS OF REGULATION OF SALES OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF HOUSEHOLDS

***Abstract.** Consider organizational and economic mechanism of marketing, principles of marketing farms. Overview conformity requirements of organizational and economic mechanism of sales agricultural products. Discovered instruments of organizational-economic mechanism regulating of the sales of agricultural products farms.*

Keywords: sales of agricultural products, the criteria for selecting channels, validity criteria, individual private farms, infrastructure, services of the infrastructure, system services.

1. Вступ

Стратегічним напрямком сучасної аграрної політики держави є досягнення продовольчої незалежності України на основі нарощування виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції вітчизняними товаровиробниками.

Організаційно-економічний механізм збуту продукції господарств населення є досить складною і багатопланою категорією. Він містить систему нормативних актів, організаційно-економічних та майнових відносин, фінансово-економічних відносин, а також форми і методи управління дистрибуцією продукції. Механізм повинен враховувати особливості окремих видів сільськогосподарської продукції, бути гнучким і адаптованим до постійної зміни кон'юнктури ринку.

2. Виклад основного матеріалу

Як і будь-який господарський механізм, організаційно-економічний механізм збуту сільськогосподарської продукції господарств населення повинен базуватися на засадничих принципах, тобто вихідних положеннях, основних правилах, які відображають природу збуту і визначають особливості його організації на ринку товарів і послуг [1, с. 24]. Такими засадничими принципами організації збуту в ринкових умовах є (рис. 1):

- принцип економічної свободи всіх суб'єктів ділових відносин – передбачає свободу господарств населення у прийнятті всіх рішень, пов'язаних зі збутом виробленої (вирощеної) продукції: визначен-

ня обсягів реалізації й умов здійснення комерційних операцій, вибір суб'єктів, форм і методів взаємодії з ними, встановлення відповідальності за прийняті зобов'язання. У той же час не можна вважати економічною свободою господарств населення повну незалежність від дій та інтересів суб'єктів ринку, оскільки для досягнення певних стратегічних цілей нерідко виникає необхідність досягнення компромісу з ними. Окрім цього, економічна свобода домогосподарств може обмежуватися умовами зовнішнього середовища та іншими об'єктивними чинниками;

- принцип законності – вимагає прийняття рішень щодо збуту продукції у межах чинного законодавства і не суперечити йому. Всі комерційні рішення зі збуту продукції повинні ґрунтуватися на вимогах Цивільного та Господарського кодексів та регулюватися укладеними з суб'єктами ринку договорами, угодами тощо;

- тісний зв'язок збуту з маркетингом – полягає у поєднанні ринкової і маркетингової концепцій, тобто у виробництві потрібного ринку і споживачам товару в один і той же час. Рішення щодо виробництва і збуту продукції повинні ґрунтуватися на детальному вивченні попиту споживачів і кон'юнктури ринку в кожний конкретний момент;

- плановість, тобто забезпечення ефективності збуту продукції можливе за умов, коли вибір і застосування засобів, форм та методів реалізації продукції здійснюється на основі детально продуманої концепції;



Рис. 1. Принципи організації збуту сільськогосподарської продукції господарствами населення

- гнучкість збуту – виражає спроможність його механізму в своєчасному адаптуванні до постійної зміни вимог ринку та ринкової кон'юнктури. Це вимагає постійне вивчення і прогнозування ринку на основі своєчасної, повної та достовірної інформації, залучення до організації збуту інновацій, своєчасне (за необхідності) внесення змін у структуру виробництва сільськогосподарської продукції;

- ризикованість – є невід'ємним принципом збуту в ринкових умовах. Комерційний ризик – це ступінь невизначеності результату, яка проявляється у можливих збитках від збуту продукції внаслідок прийняття неправильних рішень чи невиправданих витрат на реалізацію продукції. Він може виникнути внаслідок інфляційних процесів, погіршення фінансового стану домогосподарств, укладення завідомо ризикованих угод, дій конкурентів, у результаті стихійних лих тощо. Слід зауважити: намагання повного виключення ризику при збуті продукції не завжди виправдані, оскільки, “по-перше, запобігання одного ризику може спричинити до виникнення другого, ще не безпечнішого ризику... По-друге, потенційно високі прибуткові операції, як правило, перебувають у зоні підвищеного комерційного ризику. По-третє, відмова від ризику поглиблює пасивність, консерватизм, застій у комерційній діяльності” [1, с. 25-26];

- принцип компетентності – передбачає, що власники домогосподарств при організації збуту продукції повинні добре знати чинне законодавство, володіти необхідними знаннями та навичками, вміти своєчасно оцінити ситуацію і приймати правильні рішення;

- відповідальність за прийнятті зобов'язання – це принцип, який створює позитивний діловий імідж

власнику домогосподарства і виступає запорукою ефективної комерційної діяльності на ринку на перспективу;

- економічна доцільність збуту – пов'язана власне з метою отримання прибутку, при відсутності якого втрачається економічний зміст здійснення збуту і виникає необхідність пошуку інших шляхів використання виробленої (виробленої) продукції.

Організаційно-економічний механізм збуту продукції повинен відповідати певним вимогам, основними з яких є [2]:

- окремі складові механізму повинні бути узгоджені між собою і не бути різноспрямованими;

- усі заходи, направлені на створення сприятливих умов для збуту продукції, мають бути адекватні цілям і направлені на покращення задоволення держави продовольством і сировиною;

- дія механізму повинна давати відчутний економічний результат для господарств;

- мають використовуватися організаційно-правові та економічні методи управління, які забезпечують економічну самостійність суб'єктів каналів дистрибуції продукції щодо визначення своїх цілей та шляхів їх досягнення;

- взаємовідносини між учасниками товарообігу повинні будуватися на застосуванні існуючих регуляторів взаємовідносин (організаційних, економічних, правових тощо);

- всі суб'єкти повинні нести передбачену законодавством відповідальність за результати своєї діяльності.

Для регулювання збуту сільськогосподарської продукції використовують наступні методи (рис. 2).



Рис. 2. Методи регулювання збуту сільгосппродукції господарствами населення

Правові методи використовуються, по-перше, для юридичного закріплення управлінських відносин, що вже склалися і, по-друге, для розвитку цих відносин відповідно до поставлених управлінських цілей. За посередництвом методів правового регулювання органи виконавчої влади та їх посадові особи здійснюють управлінські дії в сфері державного управління, легітимність яких забезпечується можливостями застосування владної сили держави. Суб'єкти державного управління наділені державно-владними повноваженнями і виступають від імені держави.

Правове регулювання складається з двох груп методів: а) правового регламентування – видання нормативно-правових актів з метою встановлення загальноприйнятих умов упорядкованості суспільних відносин у сфері державного управління; б) розпорядчо-юридичних дій – правового регулювання поточної управлінської діяльності.

Організаційно-адміністративні методи – це набір прийомів і способів прямого управлінського впливу на стосунки людей у процесі праці. Суть цих методів полягає у впливі суб'єкта управління на керований об'єкт за посередництвом владно-розпорядчих вказівок й організаційно-структурних упорядкувань. Як уже зазначалося, організаційні і розпорядчі методи управління є методами прямої дії, оскільки мають директивний, обов'язковий характер.

Економічні методи регулювання – це система прийомів і способів прямого впливу та його напрямку на суспільно-господарський розвиток із дотриманням вимог економічних законів за певних товарно-грошових відносин і з використанням інших економічних важелів задля створення умов, що забезпечують досягнення високих економічних результатів. Економічні методи ґрунтуються на використанні економічних інтересів і засобів, які стимулюють матеріальну зацікавленість господарств населення у досягненні найкращих результатів. Важелі економічного механізму відповідають соціально-економічній природі підприємства і є одним із факторів розвитку виробництва та обміну на ринковій основі. До економічних методів регулювання належать прогнозування, планування, програмуван-

ня, матеріальне стимулювання і санкції, фінансування й кредитування, використання таких економічних категорій, як заробітна плата, собівартість, прибуток, ціна та ін.

Фінансові методи – способи впливу фінансових інструментів на господарські відносини. Фінансові методи діють у двох напрямках: по лінії управління рухом фінансових ресурсів і по лінії ринкових комерційних відносин, що пов'язані зі співставленням витрат і результатів, із матеріальним стимулюванням та відповідальністю за ефективне використання грошових фондів [3]. У господарській практиці вирізняють два методи фінансового впливу на соціально-економічний розвиток: фінансове забезпечення і фінансове регулювання. Ці два методи є глобальними й узагальнюючими і включають у себе окремі часткові методи. Ринковий зміст у фінансові методи вкладається не випадково. Це обумовлене тим, що функції фінансів у сфері виробництва тісно пов'язані з комерційним розрахунком.

В умовах ринкових відносин більш ефективними у регулюванні діяльності господарств населення загалом та збуту їх продукції зокрема є фінансово-економічні методи, які містять позитивні мотиви і стимули для нарощування виробництва сільськогосподарської продукції.

Організаційно-економічний механізм регулювання збуту сільськогосподарської продукції господарств населення і залучення її до сфери товарного обігу передбачає використання різних важелів (інструментів) та стимулів. Економічні важелі – інструменти управління економікою. Економічні важелі різного чи одного виду використовуються як інструменти регулювання економіки в цілому і впливу на економічні процеси на рівні підприємств, фірм [4]. Економічні ж стимули – сукупність економічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва, успішне вирішення технічних, економічних чи екологічних проблем суспільства або окремих галузей, підприємств у певні періоди їх розвитку [3]. Основні інструменти та стимули регулювання збуту сільськогосподарської продукції господарств населення подані на рис. 3.

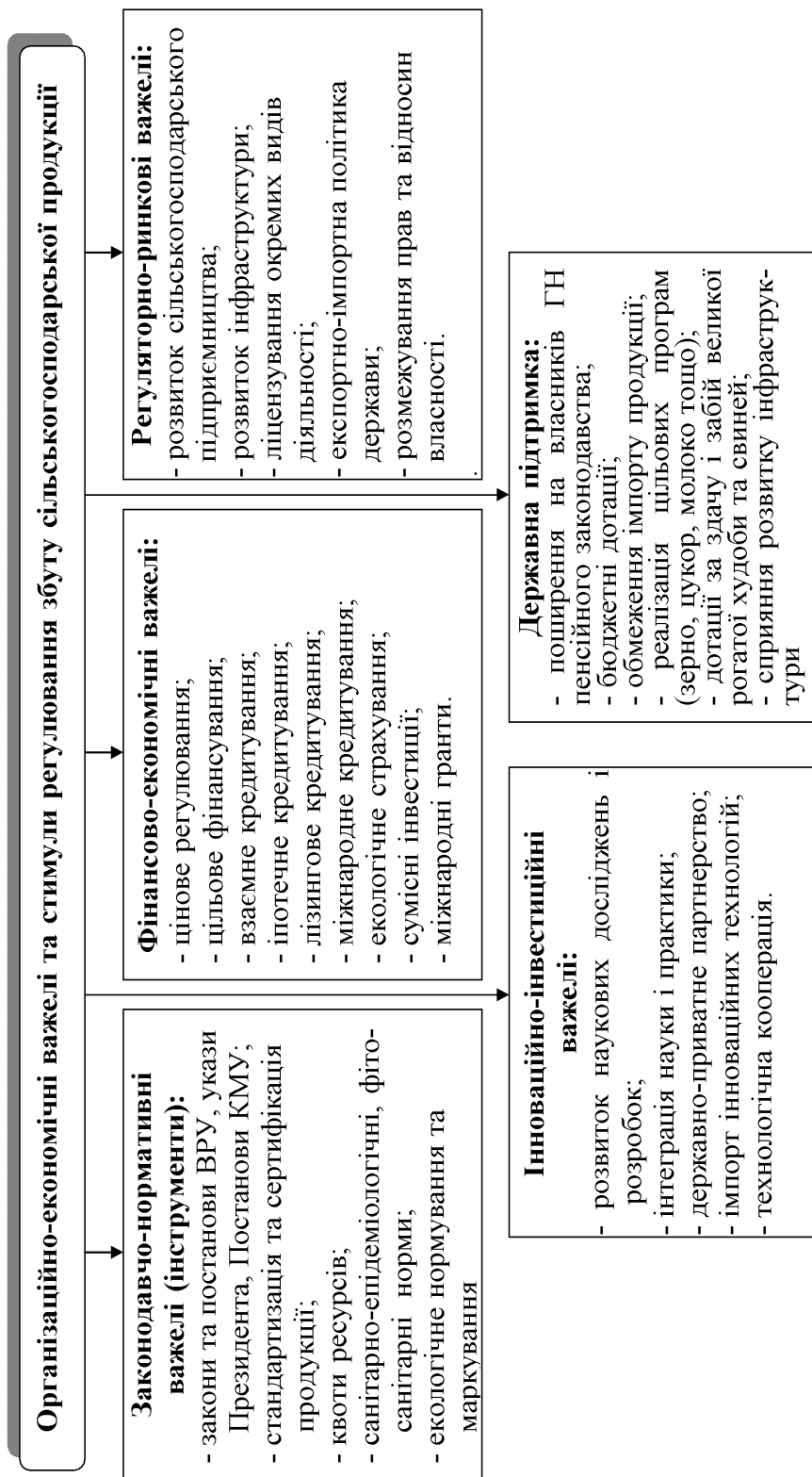


Рис. 3. Організаційно-економічні важелі та стимули регулювання збуту сільськогосподарської продукції господарств населення*
**Примітка: розроблено автором з використанням [2]*

Ефективне функціонування механізму неможливе без стабільного законодавчого і нормативного забезпечення, узгодженого з міжнародними вимогами, що створить відповідні умови для виходу продукції на міжнародні ринки, зокрема ринки країн ЄС, уникнення “торгових воєн”. Саме тому на державному рівні останніми роками прийнято ряд законів та інших нормативних документів, реалізація яких повинна сприяти розвитку як АПК у цілому, так і господарств населення, зокрема і ті, які тією чи іншою мірою регулюють організацію збуту сільськогосподарської продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Комерційна діяльність : підручник / [В. В. Апопій, С. Г., Бабенко, Я. А. Гончарук і ін. ; за ред. проф. В. В. Апопія]. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
2. Вишницька О. І. Формування організаційно-економічного механізму управління екологічно орієнтованими інвестиційними проектами / О. І. Вишницька // Вісник СумДУ. – 2011. – № 3. – С. 58-62. – (Серія економічна).
3. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/index.html>.
4. Словник економічних термінів – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ekonomiks.net.ua.