

УДК 658.81:338.
49/439.5:339:564
© 2010

І.В. Артїмонова

*Білоцерківський
національний аграрний
університет*

** Науковий керівник —
доктор економічних наук
О.М. Варченко*

ЩОДО РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ*

***Встановлено, що найефективніші канали
реалізації аграрної продукції — оптові ринки,
біржі, аукціони, різноманітні оптові торгові
центри, діяльність яких спрямована на
впорядкування торгівлі, проведення, збирання
і розподіл ринкової інформації.***

Постановка проблеми. Однією з перспектив для підвищення прибутковості с.-г. підприємств, крім застосування ними сучасних технологій для нарощування виробництва та покращення якості продукції, її збуту за прозорими ринковими цінами, створення нових робочих місць на селі та сприяння розвитку сільських територій, є розвиток інфраструктури аграрного ринку.

Проблеми розвитку інфраструктури аграрного ринку та її функціонування відображено в працях Д.Я. Карича, С.М. Кваші, Н.Г. Копитець, П.Т. Саблука, О.Г. Шпикуляка, О.М. Шпичака та ін. учених.

Мета дослідження — виявити сучасні тенденції розвитку збутової інфраструктури аграрного ринку, ідентифікувати специфіку реалізації сільськогосподарської продукції за різними каналами збуту та обґрунтувати напрями її удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Серед гострих проблем в Україні залишається формування цивілізованих прозорих каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних умовах для всіх учасників процесу. Непрозорість схем збуту продукції, відсутність структур оптової торгівлі створюють передумови для великих цінових коливань на ринку, зумовлюють додаткові витрати для виробників, переробників та її споживачів [4].

Залежно від виробництва певних видів продукції, її якості, рівня очистки, доробки та переробки безпосередньо аграрним підприємством, термінів реалізації формується відповідна структура споживачів, що й створює систему організації збуту продукції, яка потребує удосконалення. Так, проведені опитування керівників агропідприємств різних форм господарювання Білоцерківського та Ставищанського районів Київської обл. у 2007—2009 рр. показали, що лише 56% товаровиробників задоволені організацією збуту виробленої у цих господарствах продукції через відсутність ефективно діючих на основі ринкових принципів вільної конкуренції інфраструктурних суб'єктів аграрного ринку.

Ринкова інфраструктура збуту продукції має бути представлена сукупністю різноманітних за функціями та видами власності суб'єктів господарювання, що утворюють складну систему обслу-

говування товаровиробників на стадії обміну відтворювального процесу, яка має включати організацію транспортного обслуговування, заготівлю, переробку, зберігання, торгівлю продукцією, інформаційне забезпечення та інші об'єкти, що сприятимуть розвитку якісного задоволення потреб кінцевих споживачів на ринку [2].

Сезонність виробництва, швидка втрата якості цих видів продукції вимагають будівництва у господарствах переробних міні-цехів або сховищ, оскільки закладка частини продукції на зберігання та реалізація її у зимовий та весняний періоди дасть змогу сільськогосподарським товаровиробникам мати більш високі прибутки. Так, у Білоцерківському районі лише 34,6% обстежених підприємств мають картоплесховища, 65,2% — закриті зерносховища, однак їх площі не дають змогу закладати на зберігання вироблений обсяг продукції, а їх фізичний стан не дозволяє забезпечити збереження її якості.

Аграрні підприємства оформляють договори на зберігання продукції з хлібоприймальними пунктами та елеваторами, які все ще залишаються монополістами, оскільки рівень цін за їхні послуги є високим, що через 6—8 міс. підвищена ціна реалізації продукції не покриває навіть затрат на зберігання без урахування недоплати за її якість.

Важливим чинником у виборі підприємствами каналів збуту їхньої продукції є й підхід до оцінки її якості, здійснювана в основному, у самих господарствах органолептичним способом, або у лабораторіях покупців. Залучення фахівців спеціалізованих організацій оплачується за договірною вартістю [3].

Через відсутність власних транспортних засобів виникає необхідність залучення вантажної техніки зі сторони, що зумовить значне зростання комерційної собівартості продукції. Очевидно, що відвантаження транспортом покупця продукції також обмежує можливість вибору та зміни каналів реалізації продукції.

Віддаленість товаровиробників від переробних підприємств, великих роздрібних ринків збуту, невеликі розміри виробництва, а відповідно, і формування дрібнооптових партій продукції не вигідні для використання власних транспортних засобів, утримання сховищ тощо. Це ще більше

загострює необхідність організації ефективної виробничої інфраструктури ринку [5]. Тому дрібні товаровиробники намагаються самостійно розв'язати проблему збуту продукції, часто залучаючи інших дрібних товаровиробників для участі у створенні маркетингових кооперативів, а також використовуючи інші види ринкових відносин.

Одним з дієвих складових збутової інфраструктури ринку аграрної продукції повинні стати кооперативи. В Україні найпоширеніші виробничі кооперативи, члени яких повинні бути одночасно й працівниками, розподіляючи між собою зароблений прибуток пропорційно вкладеному капіталу [6].

В обслуговуючих кооперативах члени не обов'язково мають бути їх працівниками. Вони працюють у власних господарствах на своїй землі, одночасно виступаючи власниками та клієнтами кооперативу. Як власники, вони наймають працівників, визначають політику діяльності, приймають усі найважливіші рішення, а як клієнти — користуються послугами кооперативу. Кооператив обслуговує потреби приватних господарств своїх членів за собівартістю послуг. Розвиток таких кооперативів забезпечується за рахунок пайових внесків їх членів. Тому вони в світі вважаються неприбутковими. Станом на 1 січня 2009 р. в Україні налічувалося 936 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів — сервісні, переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, багатофункціональні та ін. Розвиток збутової інфраструктури ґрунтується на удосконаленні нормативно-правової бази, формуванні конкурентного середовища; підтримці вітчизняного товаровиробника; контролі захисту прав і дотриманні інтересів спо-

живачів і стимулюванні оновлення технології торговельного процесу.

До найефективніших каналів реалізації аграрної продукції належать оптові ринки, біржі, аукціони, оптові торгові центри, діяльність яких спрямована на впорядкування торгівлі, розробку та впровадження, узагальнення, проведення, збирання і розподіл ринкової інформації, в тому числі по цінах. Основним завданням цих структур на ринку є забезпечення прозорості товарних потоків за ціною, якістю та обсягами реалізованої продукції. Однією з функцій цих ринків є проведення моніторингу ринкових цін на аграрну продукцію і продовольство та надання цієї інформації товаровиробникам.

Доцільно також активізувати роботу виставок-ярмарок, які б сприяли безпосередньому збуту виробленої продукції, в т.ч. через комісійний продаж, надання зразків і партій продукції вітчизняних товаровиробників, ознайомлення з результатами переробки продукції, способами виробництва, щоб забезпечити зближення споживачів і продавців із товаровиробниками.

Нині підприємства переробні, оптової та роздрібно-торгівлі перебувають у більш вигідній позиції, які ближче до ринку аграрної продукції [1]. З метою уникнення ситуації «осідання» надприбутків у цих підприємствах необхідно втручання держави, яке може розвиватися як через систему розвитку державних організацій ринкової інфраструктури, диференційованого оподаткування усіх учасників аграрного ринку, так і шляхом безпосередньої участі держави у забезпеченні гарантованого збуту сільськогосподарської продукції при закупівлях до Аграрного фонду.

Висновки

Для успішного функціонування ринкової інфраструктури необхідно на державному рівні створити умови для формування та розвитку основних ланок інфраструктури аграрного ринку захисту інтересів сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів і кооперативних оптово-роздрібних ринків для сільськогосподарського виробника та споживача. Процес формування інфраструктури аграрного ринку

нині в Україні характеризується спонтанним характером і відсутністю системного підходу, що зумовлює необхідність більш активного державного втручання в процесі створення та розвитку окремих елементів інфраструктури шляхом застосування прямого і опосередкованого регулюючого впливу на суб'єкти аграрного ринку, а також державної підтримки їх створення й розвитку.

Бібліографія

1. *Кваша С.М.* Конкуреноспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ//Економіка України. — 2003. — № 10. — С. 83.
2. *Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію//П.Т. Саблук та ін.*//Економіка АПК. — 2008. — № 1. — С. 3—20.
3. *Копитець Н.Г.* Функціонування системи збуту продукції скотарства: теоретико-практичний аспект. — К.: ННЦ «ІАЕ», 2007. — 210 с.
4. *Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільсь-*

- когосподарської продукції та продовольства в Україні на 2007/2008 маркетинговий рік.* Вип. 18/За ред. О.М. Шпичака, А.В. Розгона. — К.: ННЦ «ІАЕ», 2007. — 169 с.
5. *Саблук П.Т., Карич Д.Я., Коваленко Ю.С.* Основи організації сільськогосподарського ринку. — К.: ІАЕ УААН, 1997. — 140 с.
6. *Шпикуляк О.Г., Воскобійник Ю.П., Овсянніков О.В. та ін.* Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг)/К.: ННЦ «ІАЕ», 2007. — 292 с.