

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

У межах Чернігівської області, особливо поліської її частини, склалися сприятливі ґрунтово – кліматичні та соціально – економічні передумови для розвитку картоплярства та овочівництва – галузей, пріоритетний розвиток яких найбільшою мірою здатен сприяти зміцненню економічного потенціалу Чернігівщини, розширенню її експортних можливостей. У обсягом виробництва картоплі до 1996р. Чернігівщина утримувала перше місце. Основними виробниками картоплі та овочів в Чернігівському регіоні є особисті підсобні господарства населення. Переважна більшість населення не має змоги реалізувати картоплю та овочі у регіонах, де на неї найвищий попит (райони Донбасу, Придніпров'я, Причорномор'я), тому найбільша частка виробленої продукції реалізується на місцевому ринку та на основі бартерного обміну.

Бартерні операції дозволяють обмінювати картоплю та овочі на інші товари народного споживання (найчастіше на олію, фрукти, цукор, миючі засоби тощо). Часто такий обмін для виробника картоплі не вигідний, але відсутність власних транспортних засобів, які б дозволяли реалізувати продукцію в іншому місці на вигідніших умовах, обмеженість можливостей для зберігання картоплі та овочів, а також коштів у населення для придбання зазначених та інших товарів спонукають до здійснення бартерних операцій. Проблеми з транспортом, а також можливість оптового продажу овочів зумовлюють реалізацію значної її частини заготівельним організаціям. Однак несвоєчасні розрахунки з населенням, а також нижчі порівняно з ринковими ціни обмежують обсяги і реалізації продукції по даному каналу. Тому у виробників сільськогосподарської продукції назріла необхідність в ефективній організації збуту виробленої продукції.

Метою даної статті є розробка моделі вибору оптимальної форми організації збуту продукції сільськогосподарськими товаровиробниками. Дана модель допоможе фермерам, враховуючи обсяги виробництва та інші специфічні умови, обирати таку форму організації збуту, яка зможе їх максимально задовольнити. Раніше потреби споживачів у картоплі та овочах забезпечувалися значною мірою через мережу державної роздрібної торгівлі, нині її функцію перебрав на себе ринок. Внаслідок руйнування системи державних заготівель картоплі та овочів підприємства державної та колективної форм власності значно скоротили обсяги її реалізації та виробництва. Це суттєво позначилося на результатах фінансової діяльності сільськогосподарських підприємств Чернігівської області, де картоплярство та овочівництво — одні з провідних галузей аграрного сектора економіки [1, с. 35].

Природний, трудовий та виробничий потенціал області дозволяє орієнтувати галузь не лише на задоволення регіональних потреб у даній продукції, а й забезпечувати значну частку потреб загальнодержавного ринку. Однак реальністю стає імпорт картоплі та овочів Україною з Туреччини та Польщі. Конкуренція з боку зарубіжних товаровиробників нині негативно впливає на формування внутрішнього ринку, значно послаблює позиції вітчизняного товаровиробника [2, с. 54]. Розглянемо, як формується система збуту сільськогосподарської продукції у країнах з розвинутою ринковою економікою має складний, багатоступінчастий характер. Дослідження показують, що вона включає:

- оптові поставки сільськогосподарської продукції з ферм переробним підприємствам, торговим комплексам чи оптовим посередникам;
- оптовий збут у роздрібну мережу продовольчих товарів чи сільськогосподарських продуктів, які споживаються у натуральному вигляді;
- роздрібний продаж готових продуктів безпосередньо споживачам — населенню;
- постачання підприємствам громадського харчування.

Кожне підприємство, що реалізує сільгосппродукцію, має свої організаційні, технологічні та соціально-економічні особливості. Вся система збуту сільськогосподарської продукції і продовольства ґрунтується на законах підприємницької діяльності. Головні з них — конкуренція, концентрація виробництва, прагнення підприємців до максимального товарообігу та високих прибутків [3, с. 84].

Становлення ринкової системи в аграрно-продовольчій сфері західних країн відбувалося при одночасному впливові як стихійних факторів, так і організаційних цілеспрямованих заходів. Тому в сучасній ринковій структурі агропродовольчої сфери тісно переплітаються традиційні форми вільного ринку і форми, які прийнято вважати формами організованого ринку. Цей процес торкнувся всіх ланок внутрішнього агропродовольчого ринку. І не дивно, що оптовий ринок сільськогосподарської сировини значною мірою залежить від державного регулювання, концентрації пропозицій та попиту [4, с. 62].

Організаційний вплив держави на агропродовольчий ринок здійснюється по-різному. Виступаючи як прямий ринковий суб'єкт при державних закупках сільськогосподарської продукції чи при її реалізації зі своїх

резервів та запасів, держава визначає не тільки кон'юнктуру, а й структуру ринку. Держава створює великі центри оптової торгівлі і контролює їх діяльність через змішані адміністративні ради, сприяючи виникненню нових форм функціонування ринку. Шляхом підтримки оптових цін на сільськогосподарську продукцію держава реалізує свою організаційну роль у ціноутворенні [5, с. 74].

На формування аграрних ринків має вплив також промисловий і торговий капітал. Канали такого впливу різні. Основним із них є вертикальна інтеграція, яка охоплює всі ланки аграрного ринку — від фермерських господарств до підприємств роздрібною торгівлі і громадського харчування. У сільському господарстві та сфері реалізації сільськогосподарської сировини вертикальна інтеграція набуває двох форм: повної інтеграції (кооперування) і контрактації.

Зростання вертикальної інтеграції в обох її формах позначається не тільки на побудові ринку, а й на його функціонуванні, в тому числі на таких процесах, як ціноутворення, стандартизація якості товарів, регулярність поставок та ін.

У країнах з розвинутою ринковою економікою на агропромисловому ринку серед різноманітних форм оптового збуту сільськогосподарської сировини і продовольства доцільно виділити такі:

- контрактація (оптовий збут за договором) продукції її товаровиробниками промисловим і торговим компаніям;
- збут продукції виробниками на оптових ринках і аукціонах або поставка її на переробні підприємства та магазини без попереднього укладання контрактів;
- реалізація продукції за тими ж каналами, але через посередництво фермерських збутових кооперативів;
- поставка великих партій продукції у рамках міжгалузевих домовленостей за участю аграрних структур асоційованого підприємництва;
- біржова торгівля;
- продаж продукції безпосередньо на фермах посередникам-оптовикам чи агентам переробних і торгових підприємств;
- продаж продукції чи передача її в заставу державним установам, а також збут закупленої продукції [4, с. 45].

Дослідження показують, що в сучасних умовах у країнах з розвинутою ринковою економікою для роздрібною торгівлі дедалі більш характерними стають риси оптового ринку:

- розширюються спеціалізовані компанії великих магазинів самообслуговування, яким належать десятки і сотні супермаркетів, сюпереті і гіпермаркетів, які нерідко зв'язані спільним закупівельним централом і створюють одне потужне оптово-роздрібне об'єднання;
- компанії великих магазинів самообслуговування набувають рис фірм багатокіосковою торгівлі, виникнення і швидке зростання яких визначають особливий напрям концентрації роздрібною торгівлі продовольством;
- у торгівлі продовольством зростає питома вага компаній, універмагів та магазинів стандартних цін;
- розширюється мережа і зростає роль споживчої кооперації та ланцюгових об'єднань незалежних торговців. Такі об'єднання, що виникають з метою вистояти в конкуренції, створюють власні оптово-роздрібні підприємства.

Перевага «оптовизації» продовольчого ринку і торгівлі полягає у її («оптовизації») можливостях стабілізувати ціноутворення та керувати цінами. Таким чином, для цивілізованого реформування аграрного сектора України потрібно розвивати інфраструктуру, яка ефективно генерує ринкові ціни. В розвинутих країнах цю функцію виконують біржі, оптові ринки, аукціони, роздрібна торгівля, фермерські магазини. Провідну роль відіграють біржі та оптові ринки. Проте специфіка діяльності бірж (переважання на них ф'ючерсних операцій) та висока вартість оптових ринків роблять їх мало придатними для умов України. Немає в Україні зайвого мільярда доларів для будівництва оптових ринків. Сучасним особливостям України найбільше відповідають малоресурсні форми ринкової інфраструктури, орієнтовані на операції з реальним товаром. Розглянемо всі можливі і доступні форми організації збуту сільськогосподарської продукції на підприємства АПК:

1. Самостійна організація збуту, вирощеної продукції: особистий самостійний пошук покупців; пошук покупців на оптовому (гуртовому) ринку.

2. Організація збуту за допомогою консалтингової фірми, найманого фахівця з питань маркетингу.

3. Організація збуту за допомогою збутового кооперативу.

4. Організація збуту за допомогою збутового посередника.

5. Організація збуту за допомогою асоціації фермерів.

Проаналізуємо переваги та недоліки кожної запропонованої форми збуту (табл.1).

Таблиця 1

Модель вибору форми організації збуту сільськогосподарської продукції

Форма організації збуту	Переваги	Недоліки	Висновок
1. Самостійна організація збуту			
Особистий, самостійний пошук покупців	Грошові витрати не великі.	Потрібно мати знання, навички пошуку покупців. Достатньо складно, великі витрати особистого часу, сил та енергії.	Доцільно, якщо фермер має відповідні: освіту, досвід і знання. Доцільно при не великому обсягу виробництва.
Особистий, самостійний пошук покупців за допомогою оптового (гуртового) ринку	Дуже ефективна форма організації збуту при реалізації великих партій товару в межах країни. Постійність даного ринку збуту. Покупці самостійно заходять товар.	Якщо в регіоні нема такого ринку і потрібно його організувати, то дуже великі витрати на організацію, бюрократичні та організаційні складності. Ціна, що складається на оптовому ринку може бути досить низькою (оскільки це оптова ціна), і буде залежати від конкуренції	Ефективно використовувати, коли велике виробництво і оптовий (гуртовий) ринок вже існує в регіоні.
2. Організація збуту за допомогою консалтингової фірми, найманого фахівця з питань маркетингу			
Консалтингова фірма	Професійний пошук ринків збуту. Підходить для середніх і великих партій товару.	Досить дорого. Не доцільно використовувати при не великих партіях товару.	Ефективно використовувати при великих партіях товару.
Фахівець з питань маркетингу і збуту	Професійний пошук ринків збуту. Підходить для будь яких обсягів виробництва.	Дорожче ніж при самостійному пошуку ринків збуту, Ала дешевше, ніж при роботі з консалтинговою фірмою.	Ефективно використовувати при будь – яких обсягах виробництва.
3. Організація збуту за допомогою збутового кооперативу			
Збутовий кооператив	Витрати дорівнюють собівартості послуг. Професійний пошук ринків збуту. Є можливість найняти професійних маркетологів, а витрати поділити на всіх членів	Потрібно організувати ініціативну групу, зареєструвати кооператив, організувати плідну роботу, найняти професійних маркетологів.	Дуже ефективна форма організації збуту продукції, але потребує зусиль, щодо її організації. Можна використовувати дану форму організації збуту при будь – яких обсягах виробництва. Широко використовується за кордоном.
4. Організація збуту за допомогою збутового посередника			
Збутовий посередник	Нема витрат на збут. Швидка реалізація.	Низькі ціни реалізації продукції.	Доцільно використовувати при дуже великих обсягах виробництва та коли продукція швидко псується.
5. Організація збуту за допомогою асоціації фермерів			
Асоціація фермерів	Професійний пошук ринків збуту. Є можливість найняти професійних маркетологів.	Потрібно організувати, зареєструвати асоціацію організувати роботу.	Дуже ефективна форма збуту продукції, але потребує зусиль, щодо її організації. Можна використовувати дану форму організації збуту при будь – яких обсягах виробництва. Широко використовується за кордоном.

Дані представлені в таблиці дають змогу фермеру самостійно обирати ту форму організації збуту сільськогосподарської продукції, яка йому буде найвигідніша і найдоцільніша, з погляду особливостей його діяльності. Інформація представлена в таблиці утворює «Модель вибору форми організації збуту сільськогосподарської продукції». В даній таблиці представлені певні критерії (переваги та недоліки) з якими фермер може обирати для себе найкращу форму організації збуту, також в таблиці представлена графа «Висновок», де відображена особиста позиція автора, щодо особливостей застосування тієї чи

іншої форми організації збуту в певних умовах. Кожна з представлених форм організації збуту сільськогосподарської продукції має свої переваги та недоліки. Тому і була розроблена дана модель, щоб кожний фермер, враховуючи, особливості свого виробництва, стратегічні цілі та інше, міг обрати, таку форму організації збуту, яка максимально врахує всі аспекти його діяльності та буде для нього найвигіднішою.

Література

1. Киценко П.Ф. Картопля в інтер'єрі ринку / Киценко П.Ф., Киценко В.П., Киценко О.П. – Чернігів : РВК «Деснянська правда», 2003. – 183 с.
2. Рыночная трансформация аграрного сектора региона / В.В. Зиновчук. – Житомир, 2002. – 354 с.
3. Коваленко Ю.С. Сільськогосподарське підприємство в ринковому середовищі / Ю.С. Коваленко. – К. : ІАЕ УААН, 2000. – 204 с.
4. Губський Б.В. Аграрний ринок / Б.В. Губський. – К. : Нора – прінт, 1998. – 184 с.
5. Ринок продовольства: проблеми формування і розвитку / П.Т.Саблука, В.І.Бойка, М.Г.Лобаса. – К. : УкрІНТЕІ, 1993. – 236 с.