

Галстян А.С.

УДК 636.2:658.8+339.33

**УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА**

**Постановка проблеми.** Забезпечення продовольчої безпеки держави, підвищення життєвого рівня населення України значною мірою залежить від стабільності функціонування ринку продукції скотарства та ефективності її виробництва. Сучасний ринок продукції скотарства характеризується незбалансованістю, скороченням обсягів виробництва і реалізації продукції, відсутністю конкуренції в сфері переробки продукції й оптової торгівлі, проблемою заготівель, а також недостатньо розвинутою інфраструктурою.

Водночас виникають стихійні продовольчі ринки, які створюють передумови для розвитку неорганізованої посередницької діяльності з безліччю їх ланок на шляху товароруку. Саме ці структури, в основному, контролюють рух продукції від виробника до споживача і цінову ситуацію на внутрішньому ринку. Безпосередні виробники продукції скотарства відчувають труднощі при її збуті, а тому самостійно шукають способи «вживання», які забезпечили б прибутковість їх діяльності.

В Україні поки що відсутня організована, стабільна система реалізації продукції скотарства. Удаваний достаток товарів на ринку поєднується з дорожнечою і майже повною відсутністю контролю за якістю продукції при низькій культурі торгівлі. Ситуація на ринку продовольства вимагає швидких і неординарних рішень, покликаних вивести вітчизняний агропромисловий і продовольчий сектори з кризи. А тому виникає об'єктивна необхідність вирішення вказаних проблем, із метою виходу галузі скотарства з економічної кризи, тобто забезпечення ефективності виробництва та створення організованої прозорої системи реалізації продукції скотарства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичні і практичні аспекти формування та функціонування аграрного ринку та проблеми удосконалення розвитку скотарства знайшли відображення в працях багатьох визначних учених-економістів. насамперед серед них слід виділити В.Я. Амбросова, П.С. Березівського, В.Н. Зимовця, М.М. Ільчука, В.Я. Месель-веселяка, Т.Л. Мостенську, П.Т. Саблука та ін.

Усі означені вище науковці внесли суттєвий вклад у визначення розбудови аграрного ринку та його інфраструктури, проте, збитковість галузі скотарства, відсутність організованої системи реалізації продукції, нерозвиненість ринкової інфраструктури, нестача у товаровиробників необхідної інформації про стан і кон'юнктуру ринків збуту та цінову ситуацію на них, дезорганізація інтересів підприємств різних сфер агропромислового комплексу, відсутність відповідних знань та навичок ефективної діяльності в умовах конкуренції потребують проведення комплексного і системного дослідження, в якому мають бути висвітлені теоретико-практичні аспекти формування нової цивілізованої системи реалізації продукції скотарства у вітчизняній економіці, зокрема, питання становлення та розвитку оптової торгівлі продукцією скотарства, організації діяльності цивілізованих оптових продовольчих ринків, удосконалення їх нормативно-правового забезпечення.

**Постановка завдання.** Метою статті є теоретичне обґрунтування засад формування системи реалізації продукції скотарства та розробка пропозицій і практичних рекомендацій щодо її удосконалення та розвитку.

**Результати дослідження.** Провідною ланкою у ланцюгу «виробництво – споживання» являється система реалізації продукції, так як вона є носієм оперативної інформації про потенційні можливості споживачів придбати певний вид продукції і забезпечує ефективність як процесу товароруку, так і виробництва.

При переході України до ринкової економіки в середині 90-х років минулого століття була зруйнована існуюча до цього часу державна централізована система просування продукції до споживачів. Раніше діючі структури не були своєчасно і в достатній мірі замінені більш адекватним механізмом ринкової економіки. Вакуум, що утворився заповнили комерційні посередницькі структури, які закупають продукцію скотарства за порівняно низькими цінами, отримуючи при цьому максимум прибутку.

Вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники, навіть при спадаючих обсягах виробництва, зіткнулись із проблемою збуту своєї продукції, а тому змушені реалізувати її за цінами, які не забезпечують навіть простого відтворення, не говорячи про освоєння сучасних технологій, впровадження досягнень науки і техніки, про достойну винагороду за їхню важку працю.

За ринкових умов господарювання важливо не тільки виробляти продукцію, а й ефективно її реалізувати. У виробничих підприємств труднощі у збуті продукції вийшли на перший план у порівнянні з питаннями постачання, хоч останні постають часом досить гостро. Тобто у своїй господарській діяльності товаровиробники повинні приймати не тільки рішення щодо виробництва продукції й ефективності організації виробничого процесу, а й управлінські рішення відносно реалізації виробленої ними продукції.

Основними причинами, що обмежують реалізацію продукції перш за все є виникнення стихійних ринків, які стимулюють розвиток неорганізованої посередницької діяльності; скорочення споживчого попиту, яке обумовлене низькою платоспроможністю населення; монополізм переробних підприємств; диспаритет цін; звуження ринку через перехід населення до самозабезпечення; розширення натуралізації обмінних процесів, зростання неплатежів і нерозвиненість інфраструктури.

В Україні назріла необхідність створення ринкової системи збуту продукції скотарства, яка б дозволила швидко просувати продукт від виробника до споживача з найменшими втратами кількості та якості і сприяла стабілізації та подальшому розвитку діяльності сільськогосподарських підприємств.

Незважаючи на певні позитивні зрушення, які відбулися в агропромисловому комплексі країни, у процесі реформування відносин власності, все ще не вдається призупинити спад виробництва продукції скотарства. Ринкові відносини, недостатня економічна допомога держави, подорожчання сировини, матеріалів, машин, обладнання і надання послуг негативно вплинули на розвиток галузі.

Скотарство України переживає глибоку кризу. Для більшості сільськогосподарських підприємств, які виробляють продукцію скотарства, ринок не став економічною базою для відтворювального процесу. Лише окремі з них мають позитивні результати, становище і поведінка інших на ринку продукції великої рогатої худоби поки що залишається до кінця не визначеною.

У сільськогосподарських підприємствах згортається виробництво продукції скотарства. І хоч господарства населення мають позитивні тенденції розвитку, проте вони не в змозі компенсувати загальних втрат поголів'я та продукції, недоотриманої у сільськогосподарських підприємствах [4].

Значне скорочення виробництва продукції скотарства було також обумовлене суттєвим зменшенням платоспроможного попиту населення на ці продукти харчування, які в більшості випадків стали недоступними значній частині населення країни. І в результаті в Україні склалася ситуація штучного перенасичення ринку даною продукцією при значному зменшенні споживання її на душу населення та збитковості виробництва. В той час як товаровиробники реалізують свою продукцію за цінами, які не дозволяють забезпечити навіть просте відтворення. Саме тому вони свідомо ідуть на скорочення виробництва продукції скотарства.

Будь-яке підприємство-товаровиробник сільськогосподарської продукції, щоб одержати більшу вигоду від реалізації продукції, намагається створити або сформувати власний канал товароруку, а тому самостійно вибирає споживача на більш прийнятних для себе умовах. У даний час більшість сільськогосподарських підприємств найчастіше використовує декілька каналів розподілу одночасно.

Характерною особливістю внутрішнього ринку продукції скотарства є не тільки скорочення обсягів реалізації великої рогатої худоби переробними підприємствами, а й суттєве зменшення її якісних параметрів. Порівнюючи показники виробництва з показниками реалізації відмічаємо перевищення обсягів реалізації на забій великої рогатої худоби в живій масі над обсягами її вирощування. Така ситуація говорить про те, що в Україні відбувається масове вирізання худоби, причому дуже інтенсивними темпами.

Якщо раніше основними постачальниками сировини на переробні підприємства були сільськогосподарські підприємства, то нині, як свідчать дані переробних підприємств біля 80% молока і 70% великої рогатої худоби надходить від господарств населення. Реалізація продукції скотарства для кожного конкретного підприємства – це складна організаційна та економічна проблема.

Недостатній розвиток ринкової інфраструктури, труднощі в збуті продукції, проблема неплатежів сприяли тому, що збільшилась кількість товаровиробників, які займаються переробкою своєї продукції. Таким чином товаровиробники шукають шляхи самостійного виходу на ринок на різних рівнях продовольчого ланцюга, а в Україні зростає кількість дрібних переробних підприємств і цехів, змінна потужність яких коливається від 0,5 до 2 т.

На ринку продукції скотарства з'явилася велика кількість посередників, які збагачуються за рахунок виробників, розширилися масштаби тіньової торгівлі м'ясом і молоком. Наявність великої кількості посередників у ланцюгу «виробництво – реалізація – споживання» робить кінцеву продукцію недоступною для масового споживача, тому що ціна реалізації в 2-3 рази перевищує закупівельну ціну.

Ріст споживчих цін на кінцеву продукцію агропромислового комплексу відбувається, головним чином, не у виробництві, а в сфері переробки й обігу, тому значна частина прибутків, яка створена зусиллями сільськогосподарських товаровиробників, перерозподіляється в інші сфери. Невеликі посередницькі структури не змогли конкурувати з потужними переробними підприємствами, а тому втратили своє місце на ринку продукції скотарства. В результаті цього на даному ринку утворилася олігополія переробників. Ціни, які встановлюють переробні підприємства, в більшості випадків не задовольняють інтереси товаровиробників. А тому виробництво продукції скотарства продовжує залишатись збитковим, в той час як переробка сировини – це досить вигідна справа.

На ринку продукції скотарства України діють різноманітні форми торгівлі, які згруповано у дві групи: організовані і неорганізовані. До першої групи належать аукціони живої худоби, організовані виставки-ярмарки, заготівельні організації, оптові продовольчі ринки, переробні підприємства, які самостійно здійснюють закупівлю продукції у господарств населення чи, це роблять посередники, уклавши з ними договір. Форми торгівлі, які входять до першої групи є організаторами оптової торгівлі. Інша група - це міські, селищні, сільські ринки (базари), різноманітні посередницькі структури, стихійні ярмарки на яких немає організатора-розпорядника.

**Висновки.** 1. Продукція скотарства займає вагомe місце у забезпеченні продовольчої безпеки країни. Ринок продукції скотарства є складовою частиною продовольчого ринку країни і характеризується незбалансованістю, скороченням обсягів її виробництва і реалізації, відсутністю конкуренції в сфері переробки продукції й оптової торгівлі, проблемою заготівель, а також недостатньо розвинутою інфраструктурою.

2. Удосконалення системи реалізації продукції скотарства повинно здійснюватись на основі: створення ринків різних територіальних масштабів та спеціалізації; розширення функцій ринків, зокрема, надання послуг, інфраструктурне обслуговування, активізація власної підприємницької діяльності; спрямування діяльності стихійно утворених ринків у цивілізоване русло шляхом вжиття передбачених законодавством контрольних-наглядових заходів, що призведе до посилення процесу детінізації товарно-грошового обігу, істотного зменшення надходження в продаж неякісних товарів.

**Джерела та література:**

1. Березівський З. П. Обґрунтування нормативів виробничих витрат і мінімально допустимої ціни продукції скотарства / З. П. Березівський // Економіка АПК. – 2003. – № 3. – С. 95-100.
2. Гримак А. В. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності на ринку м'яса і м'ясопродуктів / А. В. Гримак // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2005. – Спец. вип. : Сучасні проблеми теорії та практики. – С. 377-383.
3. Копитець Н. Г. Стан, тенденції та перспективи розвитку скотарства України / Н. Г. Копитець // Агроінком. – 2005. - № 1-2. – С. 49-53.
4. Місюк М. В. Організаційно-економічні засади відродження виробництва продовольчої продукції / М. В. Місюк // Організаційно-економічні проблеми розвитку АПК : у 4 т. / за ред. П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2001. – Ч. 1 : Організаційно-економічні проблеми села. – С. 213-215.

**Гейдор Ю.И.****УДК 339.543.624/92****СОЗДАНИЕ ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И ЕВРОПЕЙСКИМ СОЮЗОМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Актуальность.** Создание ЗСТ между Украиной и ЕС соответствует государственной политике, которая нацелена на европейскую интеграцию. Ведь курс на вступление в Европейский Союз является главным и неизменным внешнеполитическим приоритетом Украины, что закреплено в Законе Украины "Об основах национальной безопасности Украины" (2003 г.), Законе Украины "О принципах внутренней и внешней политики" (2010 г.). Благодаря значительному инновационному потенциалу, развитым эффективным механизмам его функционирования, налаженной институциональной структуре, ЕС является лидером мировой экономики. После признания в Украине рыночной экономики и вступления в ВТО переговоры о создании ЗСТ между Украиной и ЕС приобрели особую актуальность.

**Постановка проблемы.** Освещение общих аспектов создания ЗСТ между Украиной и ЕС, а также попытки прогнозирования преимуществ последствий ее реализации для экономического развития нашего государства с целью членства в ЕС в будущем, является одним из ключевых вопросов на современном этапе. Формирование ЗСТ на территории Украины позволит повысить использование ее экономического потенциала с одновременным улучшением качественной структуры экспорта.

**Предмет исследования:** проблемы и перспективы создания ЗСТ между Украиной и ЕС.

**Объект исследования:** евроинтеграционные взаимодействия Украины в контексте создания ЗСТ с Европейским Союзом.

**Целью статьи** является освещение общих аспектов создания ЗСТ между Украиной и ЕС, что отвечает государственной политике Украины направленной на европейскую интеграцию.

**Задачи:**

- выявить наиболее подходящую модель свободной торговли Украины с Европейским Союзом;
- исследовать предпосылки создания ЗСТ между Украиной и Европейским Союзом;
- определить основные преимущества и недостатки ЗСТ между Украиной и Европейским Союзом.

ЗСТ могут рассматриваться как одна из промежуточных форм международной интеграции, как механизм перехода к более сложным и развитым формам экономического взаимодействия стран. С данной точки зрения можно выделить три целевые модели свободной торговли:

а) как начальный этап более глубокой интеграции, переход от таможенного союза, общего рынка, экономического и валютного союза стран;

б) как метод подготовки и адаптации к вступлению в другие интеграционные объединения (Европейское соглашение с центральноевропейскими странами, Автономные торговые меры ЕС для западнобалканских стран, Соглашение между западнобалканскими странами);

в) как самодостаточную модель, которая не предусматривает интеграцию с другими странами и перехода к более развитым формам интеграции.

Первая модель предполагает движение до конкретной определенности мировых рынков, может быть средством протекционизма для определенных сфер и отраслей экономики. Поэтому внутренние факторы структурных сдвигов в рамках таможенных союзов должны быть достаточными, чтобы предусмотреть возможность остановки социально-экономического развития стран-участниц. Наиболее эффективна эта модель для стран с достаточно высоким уровнем социально-экономического развития. Выполнение же ее для стран с невысоким уровнем социально-экономического развития, недостаточно развитой структурой национального производства, как правило, довольно быстро исчерпывает себя.

Вторая модель усиливает конкурентное давление на внутренних производителей, то есть повышается эффективность национального производства в целом. Таким образом, она способствует росту конкурентоспособности национальной экономики, создает условия для вступления в более требовательные международные интеграционные объединения. Поэтому для развитых стран и стран с переходной экономикой целесообразно использовать ЗСТ с хорошо обдуманной трансформацией системы защиты национальных производителей. Поэтому данная модель является наиболее оптимальной для достаточно быстрой адаптации к требованиям внешнего рынка.