

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАСАДАХ КООПЕРАЦІЇ

А. І. Соловйов, к. е. н., доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Характерним для розвинутих країн і дієвим механізмом ринку є система оптового продажу, сучасні маркетингові технології (вивчення попиту і пропозиції, доставка товарів до місця споживання, зберігання і реалізації, реклама, укладання торгових угод), розвинена кооперація, а також досконала конкуренція.

Для більшості сільськогосподарських виробників Херсонської області ці складові знаходяться наразі у незадовільному стані [1]. Тому подальший розвиток ринку овочевої продукції і набуття ним рис цивілізованості і урегульованості передбачає науково обґрунтовану державну політику у сфері регулювання виробництва та цін на ринку овочевої продукції, створення дієвої інфраструктури ринку овочевої продукції, інформованість виробників і споживачів при виборі місця та технології реалізації овочевої продукції та використання методів регулювання ринку овочевої продукції.

Аналізуючи досвід європейських виробників овочевої продукції, українські підприємці стверджують, що вітчизняні овочі є достатньо конкурентоздатними. Адже використовуються практично ідентичні технології вирощування. Враховуючи європейський досвід,

дрібнотоварним виробникам необхідно об'єднуватись у маркетингові кооперативи. Лише таким чином вони будуть мати перспективи розвитку та можливості для захисту своїх інтересів і вирішення проблем [2]. Кооперативи будуть об'єднувати виробників овочів для створення певних умов реалізації вирощеної ними продукції. Маркетингові кооперативи можуть реалізовувати овочі як через торговельну мережу, так і через оптово-роздрібні ринки. Кооперативи, що спеціалізуються на збуті свіжої плодоовочевої продукції, повинні мати власні накопичувачі-охолоджувачі та пакувальне обладнання.

В Херсонській області почали з'являтися подібні об'єднання. Прикладом в даному випадку може бути Асоціація сільгоспвиробників Таврії, фахівці якої ретельно вивчають й аналізують плани та діяльність сільськогосподарських підприємств, щоб уникнути надвиробництва одних видів продукції і дефіциту інших [2]. За її ініціативою регулярно проводяться конференції, «круглі столи» для виробників сільгосппродукції, представників оптових ринків України та торгового бізнесу для встановлення контактів та укладання договорів на прямі поставки [3].

Асоціація сільгоспвиробників Таврії, яка була створена в Херсонській області у 2011 р., сьогодні об'єднує більше 2000 селян-одноосібників і фермерів півдня України.

Основні завдання Асоціації сільгоспвиробників Таврії такі:

- сприяння та контроль реалізації земельної реформи в Україні;
 - розробка нових програм системи контролю якості сільськогосподарської продукції;
 - створення інформаційно-маркетингової системи забезпечення виробників науковим прогнозуванням цін і обсягів виробництва сільгосппродукції;
 - впровадження новітніх технологій у сільському господарстві.
- Проведення семінарів, лекцій, «круглих столів»;
- представлення та захист законних інтересів сільгоспвиробників у відносинах з центральними та місцевими органами влади, надання юридичної допомоги членам Асоціації;
 - сприяння при укладанні контрактів на реалізацію сільгосппродукції в Україні та країнах СНД;
 - сприяння у придбанні виробничого та технологічного обладнання, посівних матеріалів, хімічних засобів;
 - створення логістичного центру та спільних бізнес-проектів шляхом залучення інвестицій;
 - сприяння розвитку мереж заготівлі та оптової торгівлі сільгосппродукцією [3].

Успішним прикладом також може бути сільськогосподарський кооператив Маркетингова група «Широке» у Скадовському районі, що об'єднує сільгоспвиробників навколишніх сіл – Гостроподолянського, Широкого, Шевченко, Андріївки, Ульянівки.

Більше трьох місяців плідної роботи кооперативу влітку 2012 р. дали дуже продуктивні результати. Так, на Польшу було відправлено 120 т дині, частина якої пішла на переробку для дитячого харчування, а частина в роздрібну торгівлю, а 180 т дині відправлено до мережі супермаркетів України. Також кооператив заготовив та реалізував для потреб українських споживачів понад 16 т якісного буряка, 26 т моркви та 120 т картоплі. Звичайно, продукція на експорт та в мережу супермаркетів постачається виключно високої якості та у відповідній упаковці. Розрахунки за здану сільгосппродукцію проводилися завжди вчасно і в повному об'ємі. Як відзначають члени кооперативу, ціну на сільгосппродукцію кооператив інколи давав навіть вищу, ніж на оптових ринках.

Таким чином, Маркетингова група «Широке» довела свою дієздатність і показала наявність потенціалу розвитку. Сьогодні членами кооперативу стали вже понад 180 виробників, і вступають все нові сільгоспвиробники. Кооператив почав брати участь у вирішенні соціально-економічних питань села. У місцевій початковій школі надано допомогу у придбанні та встановленні нових дверей та вікон. Звичайно, кооператив має ряд проблем та труднощів – це необхідність придбання охолоджувача, малогабаритної сільгосптехніки для роботи на невеликих земельних ділянках, побудова нових приміщень, придбання євро тари і т. д. Однак керівництво кооперативу з оптимізмом дивиться у майбутнє, активно співпрацює з Асоціацією сільськогосподарських виробників Таврії в напрямі пошуку нових ринків збуту сільгосппродукції вже врожаю 2013 р. [4].

Загалом протягом 2013 р. в Україні з'явилося 132 нових сільськогосподарських кооперативи. Вони об'єднали майже 30 тис. селян і надали більше 2,5 тис. постійних робочих місць. Щоб такий позитивний економічний ефект могли відчути і в інших українських селах, держава продовжує підтримувати кооперативний рух.

Зокрема, для того, щоб стимулювати одноосібників об'єднуватися в кооперативи, були вдосконалені норми законодавства. Також реалізується проект заготівельно-збутової мережі «Рідне село», завдяки якому кооператори отримують прямий канал збуту своєї сільськогосподарської продукції [5].

Проект USAID АгроІнвест – проект технічної допомоги, що фінансується Американським агентством з міжнародного розвитку

(USAID) і впроваджується компанією Кімонікс Інтернешнл. Він працюватиме в Україні протягом 5 років – з 2011 р. по 2016 р.

Даний проєкт сприяє зміцненню організацій виробників і сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, а також створює й розвиває ефективні маркетингові канали для малих і середніх сільгосптоваровиробників [6].

Крім цього, проєктом АгроІнвест на конкурсних засадах надається грантова підтримка в розмірі до 25% від загальної суми бюджету проєкту, спрямована на розширення каналів реалізації сільськогосподарської продукції та доступ сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на внутрішні і зовнішні ринки [7].

Пріоритетним напрямом удосконалення товарного руху овочевої продукції має стати упорядкування стихійних ринкових відносин з допомогою удосконалення організації роботи оптових ринків сільськогосподарської продукції (ОРСП), які останнім часом активно починають створюватись по всій Україні. Хоча варто відзначити, що ОРСП як об'єкти збутової інфраструктури в нинішньому вигляді щонайбільше прийнятні для середніх і великих сільськогосподарських виробників [8].

Це ще раз переконує в доцільності заохочення дрібних виробників до об'єднання в будь-яких формах для збільшення обсягів товарних партій продукції. Адже великих оптовиків цікавлять партії від 20 т, певна сортність. Дрібний фермер забезпечити ці вимоги не здатний, проте об'єднавшись у кооператив, фермери могли б здійснювати поставки великооптових партій певного сорту. Такі кооперативи могли б укладати попередні контракти на вирощування плодовоовочевої продукції. Таким чином у фермера з'являється більше впевненості в тому, що вирощувати і по якій ціні продавати [9].

На державному рівні слід вирішити питання оподаткування товаровиробників. Наразі 20% податку є перешкодою для більшості виробників, що, в свою чергу, не сприяє розвитку кооперації [10]. Потребує фінансування також підтримка сільськогосподарських кооперативів, яким обіцяли, що держава компенсуватиме 90% вартості техніки. Насправді, взагалі гроші не виділяються [9].

Список використаних джерел

1. Логоша Р. В. Світовий ринок овочів та місце на ньому України / Р. В. Логоша // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки: зб. наук. пр. / редкол.: Макаренко П. М. (відп. ред.) та ін. – Полтава: ПДАА. – 2010. – Вип. 1 (6), Т. 1. – 2013. – С. 164–169.
2. Головка І. Овочева культура / І. Головка // Вісник. – 2013. – №27–28. – С. 41–43.

3. Про Асоціацію сільськогосподарських виробників Таврії [Електронний ресурс] // Фермерський інформаційно-торговий портал України «Фермеру України». – Режим доступу: <http://fermeru.com.ua/asvt/info-asvt.html>.
4. Салецький О. Маркетингова група «Широке»: рух тільки вперед [Електронний ресурс] / О. Салецький // Фермерський інформаційно-торговий портал України «Фермеру України». – Режим доступу: <http://www.fermeru.com.ua/asvt/item/189-marketynhova-grupa-shyroke.html>.
5. Почти 30 тысяч селян об'єдналися в кооперативи в прошлом году [Електронний ресурс] // Соціально-інформаційний портал. Фермер. Україна. – Режим доступу: <http://www.fermer.org.ua/novosti/pochti-30-tysjach-seljan-obedinilis-v-koperativy-v-proshlom-godu-15899.html>.
6. Проект USAID АгроІнвест [Електронний ресурс] // USAID. – Режим доступу: <http://www.agroinvest.org.ua/ukr/about/>.
7. Логістика ринку АПК [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Херсонської обласної державної адміністрації. – Режим доступу: <http://www.oda.kherson.ua/ua/ehkonomicheskoe-razvitie-oblastii/logistika-gynka-apk>.
8. Ринденко Н. А. Оптові ринки сільськогосподарської продукції в Україні: особливості процесу розбудови // Аграрна наука – виробництву. Тези доповідей державної науково-практичної конференції «Проблеми економічного розвитку АПК». – Біла Церква, 2011. – С. 20–21.
9. Супрунов Р. Урожай-2013: проблеми і перспективи [Електронний ресурс] / Р. Супрунов // Фермерський інформаційно-торговий портал «Фермеру України». – 2013. – Режим доступу: <http://fermeru.com.ua/agrobusiness/item/184-urozhay-2013-problemy-i-perspektyvy.html>
10. Степанюк О. Овочева матриця / О. Степанюк // Агробізнес сьогодні. – 2013. – №13. – С. 37–39.