

УДК 338.439.5:637

Сус Ю.Ю., к.с.н.,

Сус Л.В., аспірант

Житомирського національного агроекологічного університету

АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Аграрна структура сприяла зміні структури каналів реалізації сільськогосподарської продукції, в тому числі продукції тваринництва. Крім традиційних каналів реалізації, таких, як продаж переробним підприємствам, населенню через систему громадського харчування та в рахунок оплати праці, з'явилися і нові канали. Частина з них є ринковою за своєю суттю (продаж на ринку, через товарні біржі, на аукціонах, виставках, ярмарках), а інші – результатом реформування аграрного сектора (видача пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнові паї, продаж дрібнооптовим посередникам). Ціноутворення в аграрній сфері та галузі тваринництва зокрема є предметом наукових досліджень відомих вітчизняних фахівців: С.Дем'яненка, В. Микитюка, О.Могильного, О.Шпичака В. Юрчишина та ін.

Таблиця 1

Економічні втрати виробників від продажу молока та молочних продуктів

Показник		Роки			2013 р. до 2011 р., %
		2011	2012	9 міс. 2013	
продано, т	Всього	2061254,0	2360055,0	2016355,0	97,8
	в рахунок оплати праці	4869,0	4332,0	3035,0	62,3
	переробним підприємства м	1949483,0	2218929,0	1897517,0	97,3
	пайовикам	554,0	504,0	382,0	69,0
	на ринку	36990,0	37821,0	29967,0	81,0
	інші канали	69358,0	98469,0	85454,0	123,2

Продовження табл. 1

середня ціна реалізації 1 т, грн.	в середньому	3041,6	2662,2	3297,5	108,4
	в рахунок оплати праці	2690,1	2760,2	2814,9	104,6
	переробним підприємствам	3027,2	2628,5	3279,7	108,3
	пайовикам	2598,7	2855,4	3119,1	120,0
	на ринку	3709,0	3706,2	3811,2	102,8
	іншими каналами реалізації	3118,9	3015,1	3529,2	113,2
різниця між найвигіднішим каналом і ціною реалізації, грн./т	в рахунок оплати праці	1018,9	946,0	996,3	-
	пайовикам	1110,3	850,8	692,1	-
додатковий дохід, млн. грн.	в рахунок оплати праці	5,0	4,1	3,0	-
	пайовикам	0,6	0,4	0,3	-
	всього	5,6	4,5	3,3	-

Джерело: розраховано за даними державної служби статистики [2, с. 41; 3, с. 99; 4, с. 99].

Відсутність ефективних, доступних для дрібного товаровиробника каналів реалізації продукції тваринництва виступає обмежувальним фактором щодо справедливого перерозподілу вартостей у механізмі ціноутворення. Зазначають збитків як товаровиробники, оскільки використовують, переважно, неорганізовані канали збуту, так і споживачі, які змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за вищими цінами [1, с. 374].

Основним каналом реалізації продукції тваринництва є її продаж переробним підприємствам. Продаж продукції на ринку через власні торгові точки є найбільш вигідним каналом збуту молока, тоді як реалізація продукції для населення в рахунок оплати праці та пайовикам в рахунок оплати за паї є економічно найменш вигідними каналами продажу продукції тваринництва. У зв'язку з нестачею

готівкових коштів сільськогосподарські підприємства змушені використовувати дані канали реалізації своєї продукції.

В ході аналізу та порівняння цін реалізації молока за найвигіднішими каналами (на ринку) та реалізації за іншими каналами (населенню, пайовикам), нами проведено розрахунок фактичних втрат виробників молока та молочної продукції за окремими каналами (табл. 1).

Проведений розрахунок підтверджує, що вибір неефективних каналів збуту, а саме реалізація населенню в рахунок оплати праці та пайовикам в рахунок плати за паї, значно погіршує ефективність роботи аграрних підприємств. Зокрема, економічні втрати сільськогосподарських підприємств України від продажу молока у 2011 році склали 5,6 млн. грн., у 2012 — 4,5 млн. грн., а за 9 місяців поточного року — 3,3 млн. грн. У зв'язку з нестачею готівкових коштів сільськогосподарські підприємства змушені використовувати дані канали реалізації своєї продукції.

З боку держави, мають проводитися організаційно-економічні дії, щодо покращення процесу забезпечення готівковими коштами виробників галузі тваринництва, а саме,

по-перше, законодавчо ввести пільгове кредитування для закупівельників з метою вчасного розрахунку з виробниками за продукцію;

по-друге, стимулювати виробників до продажу продукції на ринку через власні торгові точки. Сьогодні на ринку є новий спосіб продажу продукції через торгові автомати для розливу молока (молочні автомати). Для держави потрібно відпрацювати механізм використання коштів з державного бюджету на часткову компенсацію (10%) сільськогосподарським підприємствам витрат по придбанню молочного автомату. Цю вільну нішу на ринку молока України мають зайняти саме виробники, а не посередники, як ми вже звикли бачити.

по-третє, налагоджувати механізм ціноутворення сучасними біржовими технологіями. Незважаючи на зростання обсягів біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією, частка її реалізації на біржовому ринку (за спотовими контрактами) в загальному обсязі реалізації не перевищує 5-7%, що дає підстави вважати біржові ціни не репрезентативними. Основними каналами збуту продукції є прямиий продаж з полів, реалізація через посередників і лише 1% через біржу [5, с.6].

1. Микитюк В.М. Відродження галузі скотарства в умовах ринкових трансформацій: монографія / В.М. Микитюк. – Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроєкологічний університет», 2012. – 508 с.
2. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за січень-жовтень 2013 року: [статистичний бюлетень] / Державна служба статистики України. – Київ, - 2013.- 49 с.
3. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2012 рік: [статистичний бюлетень] / Державна служба статистики України. – Київ, - 2013.- 110 с.
4. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 рік: [статистичний бюлетень] / Державна служба статистики України. – Київ, - 2013.- 110 с.
5. Стан аграрного виробництва та аграрного бізнесу в Україні / Аналітичний звіт за результатами соціологічного дослідження про розвиток аграрного сектора економіки в Україні. За ред. О.Кобзева. - К., 2002.