

УДК 339.337:338.439.5

Куліш Т.В.,  
к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В АГРАРНИХ ФОРМУВАННЯХ

**Анотація.** Розкрито актуальність створення мережі оптової торгівлі в системі АПК для удосконалення просування сільськогосподарської продукції. Виявлено основні переваги оптової торгівлі для аграрних товаровиробників. Визначено особливості функціонування та принципи праці оптового ринку на основі кооперації. Розраховано витрати на створення оптового ринку та економічний ефект його діяльності.

**Ключові слова:** оптовий ринок, інфраструктура аграрного ринку, система збуту, аграрні підприємства, кооператив.

**Постановка проблеми.** Ефективне функціонування аграрного сектору України неможливе без наявності прозорих каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах. Сьогодні переважають численні посередницькі структури та діють непрозорі схеми збуту сільськогосподарської продукції. Тому актуальним питанням є створення мережі оптової торгівлі з метою скорочення втрат аграрної продукції та формування ринкових цін на неї.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження проблем формування та розвитку аграрних ринків відображені у наукових працях таких вчених, як В.Я. Амброзова, П.І. Гайдучького, І.Г. Кириленка, Ю.С. Коваленка, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших. Окремі проблеми функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції досліджені І. Апоп'єм, Б. Губським, Б. Дмитруком, О. Погрібним та іншими вченими.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті – обґрунтувати необхідність створення оптової торгівлі на основі кооперації для оптимальної організації роботи сільськогосподарських підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** При здійсненні реалізаційної діяльності перед аграрними виробниками постає низка серйозних економічних проблем, зокрема: відсутність інформації про ринки; низькі реалізаційні ціни та низький споживчий попит; нездатність організувати виробничий процес у часі

таким чином, щоб максимально відповідати потребам ринку; обмежена конкурентоспроможність на ринку; незначний досвід у галузі створення кооперативів; недостатня поінформованість про системи планування бізнесу та маркетинг; відсутність впевненості у точному виконанні угод, що перешкоджає налагодженню довгострокових стосунків із покупцями та клієнтами; відсутність ефективно організованих оптових ринків та біржової торгівлі у великих містах; незначна кількість приватних оптовиків у збутових мережах; незначна кількість закупівельних організацій; обмежений доступ до конкурентних пропозицій щодо постачання продукції та нерозвинена інфраструктура, яка може забезпечити збереження належної якості продукції, зокрема відповідне транспортування, складування, обробку, пакування та інші послуги [1].

З точки зору оптимальної організації роботи сільськогосподарських підприємств буде створення оптової торгівлі на основі кооперації. Оптовий ринок – це не просто місце, де здійснюється купівля-продаж сільськогосподарської продукції, це один із найважливіших елементів аграрної інфраструктури, завдяки якому здійснюється прозоре ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, розподіл потоку продовольчих товарів. Це також важливий механізм забезпечення продовольчої безпеки країни, розвитку конкуренції, підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських товаровиробників, зменшення рівня тінізації економіки [3].

Цей вид торгівлі надає власникам сільськогосподарських підприємств наступні можливості:

дозволяє власникам сільськогосподарських підприємств працювати в групах – на даний момент вони побоюються об'єднуватися, а цей вид торгівлі створює передумови для створення груп з метою формування великих партій продукції;

створює передумови для підвищення якості продукції, але й дає можливість реалізувати не першосортну продукцію, на відміну від торгівлі на контрактній основі, яка вимагає попередньої домовленості по кількості та якості;

створює можливості для маркетингового вибору товаровиробника, тому що він має можливість вибирати покупця;

приваблює покупців та створює конкуренцію серед них, на відміну від тієї ситуації яка існує зараз, коли є конкуренція серед товаровиробників, що дозволяє оптовим покупцям занижувати ціну закупки;

створює місця для реалізації надлишкової продукції, яка є після виконання контрактних зобов'язань [6].

Крім цих можливостей створення кооперативних оптових ринків дозволяє забезпечити правовий захист сільськогосподарських підприємств і уникнути ситуацій в яких покупець затримує виплати за отриману продукцію, тому що в цьому випадку ринок бере на себе функцію правового супроводження операцій «купівлі-продажу».

Оптова торгівля дозволить товаровиробникам продавати продукцію в групі, але без налагодження маркетингових контактів які вимагають певної якості та кількості продукції.

На відміну від звичайних оптових ринків, які набувають популярності в Україні, кооперативні оптові ринки дозволять створити сприятливі умови саме для дрібних товаровиробників сільськогосподарської продукції та сприяють насиченню ринку якісною продукцією. З одного боку вони створюють «конкуренцію ціни» серед покупців, які мають змогу купити високоякісну продукцію, але у випадку якщо запропонують ціну вищу ніж ціна їх конкурентів (рис.1). А з іншого боку ринок створює умови для підвищення якості продукції, що вирощується в

сільськогосподарських підприємствах через створення «конкуренції якості» серед товаровиробників, бо вони знають, що пропозиція не дуже якісної продукції сприяє отриманню доходу їх конкурентами, які пропонують продукцію більш високої якості [4].

Створення оптового ринку на основі кооперації типу має важливе значення для держави, тому що вони дають змогу отримувати інформацію про рух сільськогосподарської продукції, що виробляється в сільськогосподарських господарствах, сприяє зміцненню продовольчої безпеки країни та дозволяє отримувати непрямі податки з операцій купівлі-продажу сільськогосподарської продукції підприємствами.

Якщо розрахувати витрати, які понесе оптовий ринок на основі кооперації в процесі своєї діяльності, це дасть змогу визначити той розмір витрат, який входить до витрат сільськогосподарських підприємств і який буде включатися ними у собівартість своєї продукції при розрахунку ефективності її вирощування.

Оптовий ринок на основі кооперації не потребує великого штату працівників. Це в пояснюється тим, що оптовий ринок такого типу не виконує більшості функцій звичайного ринку сільськогосподарської продукції, а ті види та обсяги робіт, що виконуються його працівниками, дозволяють їм виконувати декілька функцій. Так, директор може мати юридичну освіту та здійснювати юридичне супроводження операцій купівлі-продажу, що здійснюються на ринку. Робота маркетолога буде полягати в тому, щоб перше формувати ім'я ринку, а по-друге, для провадження роботи з потенційними покупцями продукції. Підрахувавши витрати на оплату праці персоналу маркетингового кооперативу, складемо калькуляцію витрат на утримання цього ринку сільськогосподарськими підприємствами в таблиці 1.

Найбільша питома вага в цій калькуляції становлять витрати на оплату праці – понад 82,9%, або 112,53 тис.грн., в цілому витрати на утримання кооперативу в розрахунку на весь період його дії становитиме 135,75 тис. грн, а в розрахунку на 1 ц сільськогосподарської продукції, що планується реалізувати через цей ринок сільськогосподарськими підприємствами становитиме 7,53 грн/ц.

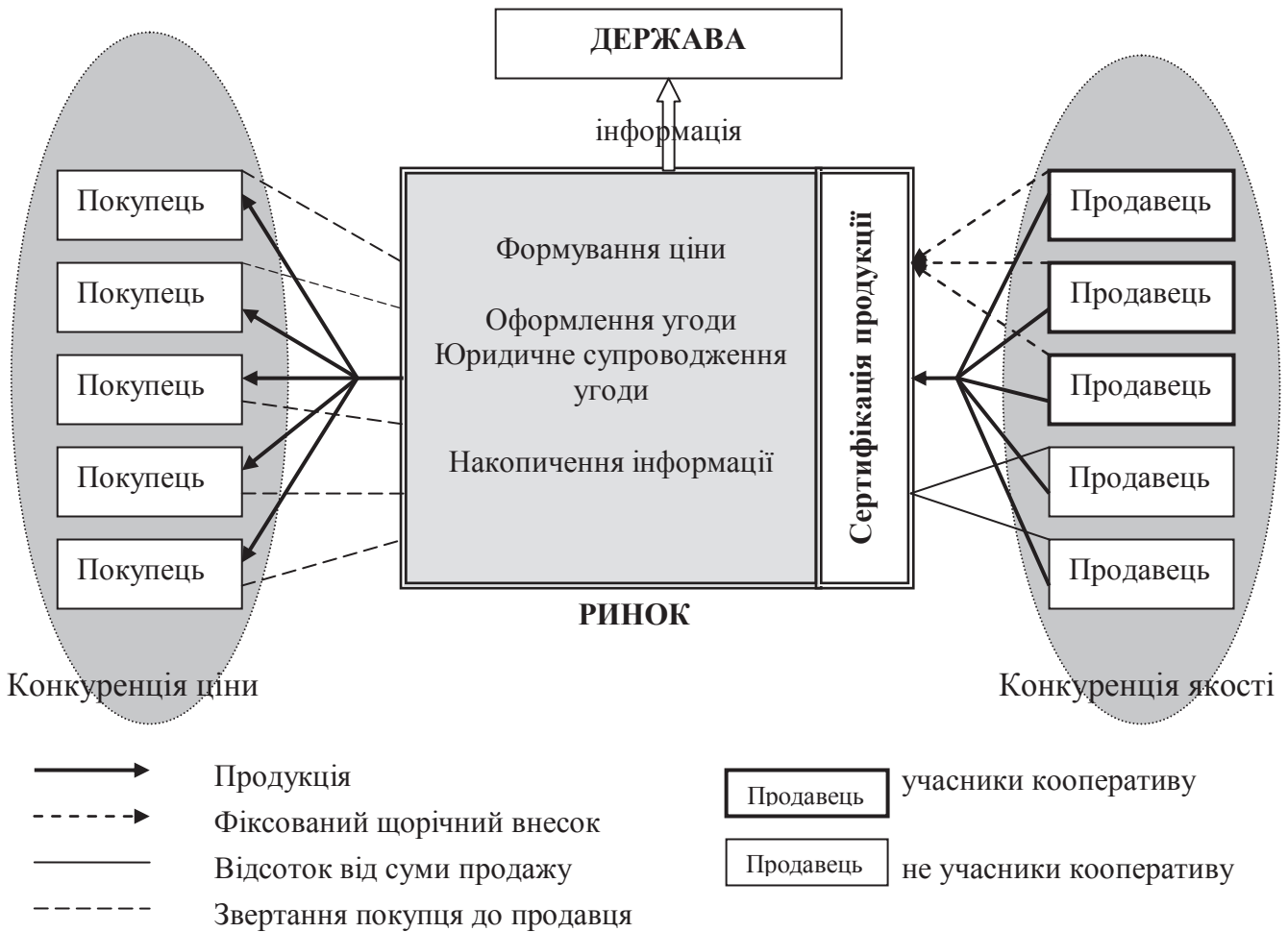


Рис. 1. Особливості функціонування оптового ринку на основі кооперації

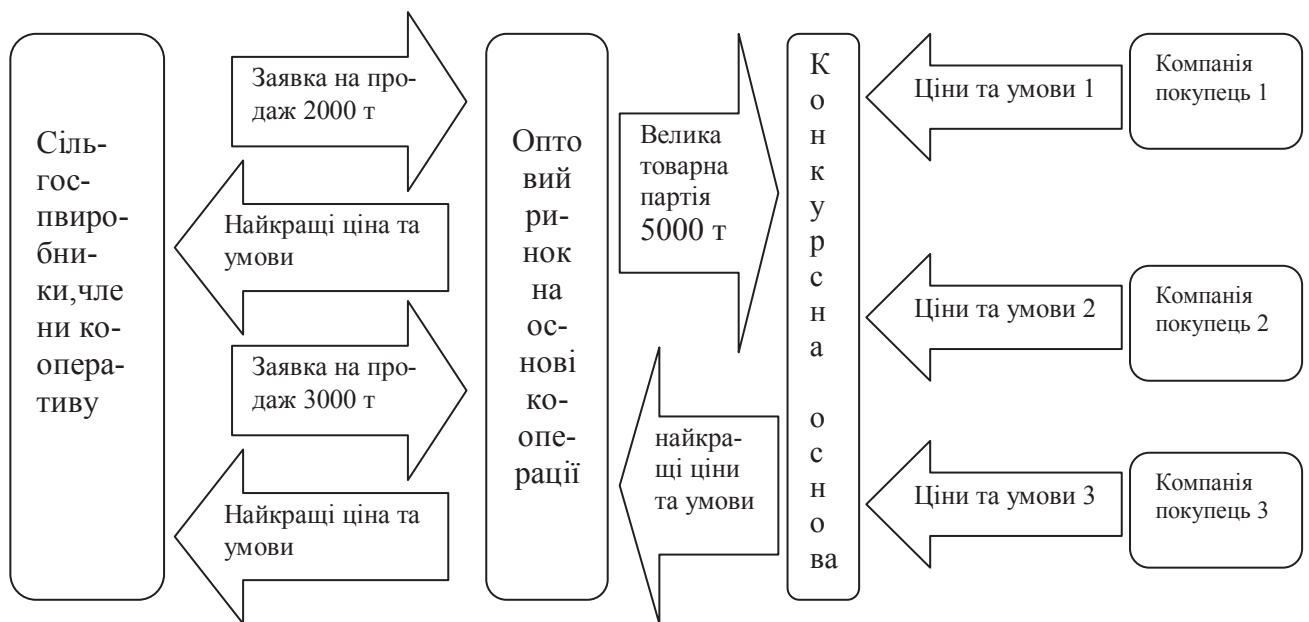


Рис. 2 Принципи праці оптового ринку на прикладі реалізації зерна

Таблиця 1

## Структура витрат на створення оптового ринку на основі кооперації

| Статті витрат              | Сума витрат, тис. грн. |                | В тому числі в розрахунку на 1 ц зерна, грн |
|----------------------------|------------------------|----------------|---|
|                            | Всього                 | Питома вага, % |   |
| Заробітна плата,           | 112,53                 | 82,9           | 6,24  |
| Утримання основних засобів | 6,39                   | 4,7            | 0,35  |
| - в т.ч. амортизація       | 4,2                    | 3,1            | 0,23  |
| Інші витрати               | 12,63                  | 9,3            | 0,7   |
| Всього витрат              | 135,75                 | 100,0          | 7,53  |

\*При реалізації 18028т за рік

Таблиця 2

## Порівняна оцінка діяльності сільськогосподарських підприємств до і після реалізації продукції через оптовий ринок на основі кооперації

| Показники  | Сільськогосподарські підприємства |                 |                 |
|--|-----------------------------------|-----------------|-----------------|
|  | До створення                      | Після створення | Відхилення, +,- |
| ПП «Агро-Південь»                                    |                                   |                 |                 |
| Собівартість 1 ц, грн.                               | 96,5                              | 93,6            | -2,9            |
| Ціна реалізації, грн./ц.                             | 213                               | 235             | 22              |
| Кількість реалізованої продукції, ц.                 | 1687,6                            | 1687,6          | -               |
| Виручка від реалізації, тис. грн.                    | 359,5                             | 396,6           | 37,1            |
| Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн. | 162,9                             | 158,0           | -4,9            |
| Прибуток, тис. грн.                                  | 5,9                               | 27,6            | 21,7            |
| Рівень рентабельності, %                             | 120,7                             | 151,1           | 30,3            |
| ПП «Деметра»   |                                   |                 |                 |
| Собівартість 1 ц, грн.                               | 97,5                              | 94,9            | -2,6            |
| Ціна реалізації, грн./ц.                             | 220                               | 235             | 15              |
| Кількість реалізованої продукції, ц.                 | 1281,9                            | 1281,9          | -               |
| Виручка від реалізації, тис. грн.                    | 282,0                             | 301,2           | 19,2            |
| Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн. | 125,0                             | 121,7           | -3,3            |
| Прибуток, тис. грн.                                  | 1,3                               | 19,3            | 18,0            |
| Рівень рентабельності, %                             | 125,6                             | 147,6           | 22,0            |

При створенні оптового ринку на основі кооперації по збуту зерна всі сільськогосподарські господарства будуть мати додатковий прибуток. Цей прибуток господарства отримують за рахунок того, що витрати на реалізацію зерна через кооператив становитиме 7,53 грн/ц. А, завдяки сформованій партії зерна та встановлення максимально високої ціни – 235 грн/ц, кожне господарство зможе отримати додаткову виручку від реалізації.

**Висновки.** Таким чином, впровадження кооперативних оптових ринків дає змогу вирішити відразу декілька дуже важливих для всіх суб'єктів сучасного аграрного ринку завдань: забезпечення умов при яких виступають у якості реальних суб'єктів аграрного ринку; надання товаровиробникам необхідних умов для реалізації сільськогосподарської продукції, що була вирощена в їх господарствах; створення умов для проведення сертифікації продукції, яка надходить на споживчий ринок; упорядкування системи доведення товарів до споживачів; створення конкурентного середовища не тільки з боку товаровиробників, але й з боку покупців; прискорення процесів обігу товарів, взаєморозрахунків і платежів між суб'єктами аграрного ринку, сприяє розвитку сільських територій.

ку завдань: забезпечення умов при яких виступають у якості реальних суб'єктів аграрного ринку; надання товаровиробникам необхідних умов для реалізації сільськогосподарської продукції, що була вирощена в їх господарствах; створення умов для проведення сертифікації продукції, яка надходить на споживчий ринок; упорядкування системи доведення товарів до споживачів; створення конкурентного середовища не тільки з боку товаровиробників, але й з боку покупців; прискорення процесів обігу товарів, взаєморозрахунків і платежів між суб'єктами аграрного ринку, сприяє розвитку сільських територій.

**Список літератури:**

1. Білоусов О.М. Напрями вдосконалення інфраструктури споживчого ринку сільськогосподарської продукції / О.М. Білоусов, О.В. Орленко // Бізнес-навігатор. – 2012. – № 3. – С. 26-31.
2. Діяльність підприємств оптової торгівлі України за 2013 рік : [статистичний щорічник]. – К. : Держкомстат України, 2014. – 34 с.
3. Музика П.М. Формування гуртових (оптових) ринків в контексті створення інфраструктури аграрного ринку України / П.М. Музика, Р.С. Федашин, С.І. Баран, Г.І. Дутка // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2011. – № 2. – С. 171-179.
4. Оптові та оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minagro.gov.ua](http://www.minagro.gov.ua)
5. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції: закон України від 25.06.2009 р. № 1561-VI [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1561-17>.
6. Федорчук О.М. Щодо функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції / О.М. Федорчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2012. - №2. – с.70-75.

**Summary.** *Effective functioning of the agrarian sector of Ukraine requires transparent channels of promotion of agricultural products from the producer to the final consumer on beneficial for all participants in the process conditions. Therefore, an important issue is to create a network of wholesale trade in order to reduce losses of agricultural products and the formation of market prices for it.*

*The wholesale market is the most important element of agricultural infrastructure. Have advantages: transparent pricing of agricultural products, the flux distribution of food products. It is also an important mechanism for ensuring food security of the country, the development of competition, improve the efficiency of agricultural producers, reducing shadow economy.*

*The features and principles of operation of the wholesale market on the basis of cooperation. Calculated cost of creating a wholesale market and economic impact of its activities.*

**Keywords:** *wholesale market of agricultural market infrastructure, marketing, agricultural enterprises, cooperative.*