

продовольчих товарів, які перебувають у фазі розвитку, витрати можуть мати таку структуру: рекламування та паблік рилейшнз — до 70 %, стимулювання продажу — 20 %, персональний продаж — 10 %. Але можуть бути й зовсім інші пропорції, що залежить від конкретних умов конкретного ринку.

### *Література*

1. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій. Курс лекцій / Н. І. Норіцина. – К. : МАУП, 2013. – 120 с.
2. Сіренко К. В. Аналіз змістовного наповнення категорії «інтегровані маркетингові комунікації» / К. В. Сіренко // Управління розвитком. – 2011. – №4 (10). – С. 227-228.
3. Охріменко Г. В. Використання ВТЛ-реклами та інтегрованих маркетингових комунікацій в рекламній стратегії просування товару на ринок / Г. В. Охріменко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. – 2009. – № 23. – С. 48-52.

**Віталій Туржанський,**  
Державний науково-дослідний інститут митної справи,  
м. Хмельницький

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Ринок продукції тваринництва сьогодні характеризується незбалансованістю попиту і пропозиції, низьким рівнем внутрішнього споживання, а також недостатньо розвинутою ринковою інфраструктурою.

З ліквідацією державної системи контрактації сільськогосподарської продукції її інфраструктура виявилась неспроможною забезпечити ефективне функціонування ринку тваринницької продукції. З'явилося багато торгово-посередницьких структур, які не мали відповідної матеріально-технічної бази і купували тваринницьку продукцію за непрозорими схемами, що призвело до значної тінізації ринку. Потрібна була спеціальна ринкова інфраструктура для здійснення прозорих процедур продажу продукції товаровиробниками безпосередньо споживачам, у тому числі комерційним структурам, а також розгалужена заготівельно-збутова мережа, яка орієнтована на велику кількість продавців і покупців та різні товарні партії продукції.

Таким чином, у розвитку ринку тваринницької продукції пройдено поки що лише перший етап – організаційне становлення інфраструктури. Надалі потрібне її кількісне та якісне наповнення товаропотоками тваринницької продукції. Важливою умовою забезпечення стабільності ринку тваринницької

продукції має стати активне застосування механізмів його державного регулювання, суть якого полягає в забезпеченні балансування кількісних та якісних параметрів попиту і пропозиції, їх урівноваження до рівня оптимального співвідношення.

Розвиток ринкових інституцій в галузі тваринництва – це складна соціально-економічна проблема, яка потребує, особливо на першому етапі створення, різнопланової підтримки. Зокрема, сільські ради (об'єднані територіальні громади) повинні об'єднати людей за спільними інтересами, адже процес створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів має проходити крізь свідомість людей, оскільки він неможливий без їх власного переконання, взаємної довіри і неабиякої особистої віддачі. Шлях до створення лежить через просвітницьку роботу серед потенційних кооператорів, висвітлення реальних переваг справжніх кооперативів та їх порівняння з псевдокооперативними організаціями. Не обійтися у вирішенні цього питання без інформаційного забезпечення агроринку, відчувається нагальна потреба у створенні мережі сільськогосподарських дорадчих служб.

Стратегія розвитку та удосконалення інфраструктури ринків тваринницької продукції передбачає:

- удосконалення наявної інфраструктури ринків тваринницької продукції, зокрема облаштування заготівельних пунктів сільськогосподарської продукції та укомплектування їх спеціальним обладнанням і приладами;

- стимулювання розвитку сільськогосподарських кооперативів та приватних підприємств з переробки та збуту продукції тваринництва, сервісних формувань з селекції та відтворення великої рогатої худоби, свиней, кіз та коней;

- організацію аукціонів живої худоби та стимулювання власників тварин і птиці до участі в них;

- стимулювання власників тварин і птиці до участі у біржовій торгівлі через заготівельно-збутові кооперативи, аукціони живої худоби;

- запровадження системи моніторингу цін на продукцію тваринництва, зокрема рівня закупівельних і гуртово-відпускних цін, доведення до сільськогосподарських товаровиробників усіх форм власності і господарювання, включаючи особисті селянські господарства, результатів моніторингу та рекомендацій щодо цінової ситуації на ринку продукції тваринного походження;

- розвиток інтеграційних процесів з переробними підприємствами продукції тваринного походження;

- узгодження нормативних витрат виробництва, рівня цін та доходів шляхом створення узгоджувальних комісій за участю товаровиробників, переробників та збутових підприємств і організацій;

– налагодження виробництва конкурентоспроможної техніки для впровадження енергозберігаючих технологій виробництва;

– часткової компенсації вартості складної сільськогосподарської техніки для сільськогосподарських товаровиробників, а також лізингу фермерської техніки;

– часткової компенсації кредитної ставки за позиками комерційних банків, що надаються сільгоспвиробникам для закупівлі техніки і обладнання, у тому числі танків-охолоджувачів для комплектування пунктів приймання молока від населення;

– забезпечення пільгових тарифів на електроенергію для виробників тваринницької продукції на рівні тарифів для сільського населення.

Зазначимо, що в умовах переходу до ринку, створення його маркетингової інфраструктури доцільно активно запроваджувати гуртові продовольчі ринки. Створення гуртових продовольчих ринків відповідатиме інтересам усіх суб'єктів ринку: для держави – сприятиме розвитку вітчизняного продовольчого ринку, тим самим забезпечуватиме продовольчу безпеку країни; для регіонів – завдяки розвитку ринкової інфраструктури можливе надходження інвестицій, створення нових робочих місць; для великих товаровиробників: прискорить або спростить просування продукції до споживача, забезпечить попит на продукцію, сприятиме концентрації підприємницької діяльності, мінімізує комерційний ризик, надасть маркетингове обслуговування; фермерам і господарствам населення – забезпечить можливість продавати дрібні партії через оптовика; споживачам – забезпечуватиме прийнятними за ціною й якістю продуктами харчування, інформаційним обслуговуванням; гуртовим торговцям – збільшення кількості покупців; робота на ринку без додаткових капітальних витрат; низький ризик; можливість спеціалізації без загрози втрати споживача; доступність порівняння цін і якості товарів, що пропонуються конкурентами; надання шансу для малих фірм стати крупним гуртовиком; можливість налагодження торгових зв'язків із великими торговельними компаніями.

Таким чином, необхідність формування гуртових продовольчих ринків в Україні на сучасному етапі розвитку ринкових відносин обумовлена такими чинниками:

– необхідністю формування структури виробництва відповідно до вимог споживача;

– необхідністю прискорення процесу товаропросування та скорочення витрат на шляху від виробника до споживача;

– ліквідацію централізованої системи планування і розподілу товарів, порушенням зв'язків між товаровиробниками і споживачами;

– труднощами збуту продукції вітчизняних товаровиробників;

- зростанням кількості товарообмінних операцій (бартерні угоди, угоди з давальницькою сировиною) з продовольством;
- наявністю великої кількості імпоротної неякісної продукції;
- необхідністю підвищення якості продукції та поліпшення рівня обслуговування споживачів;
- необхідністю створення умов для здійснення належного ветеринарного та санітарно-епідеміологічного контролю;
- створення умов для контролю щодо відповідності продукції вимогам стандартів (в тому числі міжнародним).

**Олександр Фрадинський**

Державний науково-дослідний інститут митної справи,  
м. Хмельницький

## **ЛЕНД-ЛІЗ ТА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ ПІД ЧАС ІІ СВІТОВОЇ ВІЙНИ**

Перші проблеми у сфері забезпечення армії та населення продуктами харчування Радянський Союз відчув на початку осені 1941 року, коли з'явився дефіцит хліба, цукру, харчових продуктів імпортного походження. Це обумовило відповідне реагування зі сторони апарату державного управління – в тилу було запроваджено карткову систему розподілу основних продуктів харчування та, починаючи із кінця 1941 року, розширено номенклатуру поставок, яка передбачала щомісячну доставку в радянські порти 200 тис. тон пшениці, 70 тис. тон цукру та 1,5 тис. тон какао, якими планувалося покривати потреби у харчуванні 10 мільйонної армії.

Аналізуючи тенденції які негативно вплинули на стан продовольчої безпеки в СРСР на початку ІІ Світової війни варта виокремити:

- втрату основних аграрних районів – України, Білорусі, Прибалтики, частини чорноземних районів Росії, у тому числі, Кубані та Ростовської області. Слід наголосити, що було втрачено не лише родючі землі, але й до 60 млн. людей, які на цих землях проживали та більша частина яких була зайнята в аграрному виробництві. За рахунок цього посівна площа сільськогосподарських культур зменшилася у 1942 році на 42%;

- захоплення ворогом на окупованих територіях значної кількості сільськогосподарської техніки, зерна, поголів'я великої рогатої худоби, коней, свиней та овець. В перший рік війни було втрачено території де вироблялося близько 90% цукру, 60% свинини, 40% зерна;

- вилучення із аграрного сектору чоловіків працездатного віку, частини рухомого складу (автомобілів, тракторів) та коней для потреб фронту в зв'язку із необхідністю відновлення боєздатності військових з'єднань;