

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Г.О. КОВАЛЕНКО, А.О. ХАРЕНКО
Уманський державний аграрний університет

Становлення ринкової економіки потребує нового економічного мислення, нових підходів до управління економікою, яка має орієнтуватися на потребах споживачів. Вихід України на світовий ринок, відміна державного контракту та поява ознак конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності, як комплексу заходів щодо узгодження виробничо-збутової діяльності з вимогами ринку.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин вітчизняні підприємства функціонують в умовах швидко змінюваного макросередовища, постійно зростаючої конкуренції і підвищеної вимогливості споживачів. Це викликає необхідність активного розвитку маркетингової орієнтації. Підприємства потребують впровадження концепції маркетингового управління для виживання і побудови успішних стратегій майбутнього росту. Однією з основних маркетингових функцій є збут продукції, який дає змогу перетворити вироблену продукцію в “живі гроші”.

Вагомим внеском в розробку вітчизняної системи критеріїв і показників оцінки ефективності збуту підприємства, що сповідає маркетингову концепцію розвитку, стала робота О.В.Голошубова [1], яка підсумувала і систематизувала існуючі здобутки зарубіжних дослідників в цій галузі, адаптувавши їх до умов вітчизняного товаровиробництва.

Моделювання оптимальної збутової діяльності підприємства здійснювали такі вітчизняні фахівці, як Є.В. Крикавський, А.Г. Кальченко, Т.М. Скоробогатова, Г. Михайліченко, М. Окландер, інші на засадах системного підходу та розподільчої логістики, що відтворено в роботах [2 – 7]. Але запропоновані ними моделі носять виключно теоретичний характер.

Узагальнюючи результати попередніх досліджень слід відзначити, що переважна більшість публікацій присвячена збуту продукції переробної сфери АПК, а не виробничої. Крім того подібні дослідження на регіональному рівні не проводилися.

Мета дослідження полягає в вивченні збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області. При вивченні проблеми використовувались різноманітні методи економічних досліджень: абстрактно-логічний, статистичних групувань, аналізу та синтезу, монографічний, графічний тощо.

Об'єктом дослідження виступають сільськогосподарські підприємства Черкаської області (крім спецгоспів).

Для того щоб належним чином управляти збутовою діяльністю на підприємстві, понад усе потрібно визначити її потенціал у вигляді обсягів реалізованої продукції в фізичному вимірі (табл.1).

1. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами

Черкаської області, тис.т.

Продукція	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.
Зерно	986,3	1129,9	626,9	1004,3
Цукрові буряки	592,9	658,8	512,7	664,6
Соняшник	40,7	57,0	98,0	78,7
М'ясо ВРХ	32,5	33,4	32,6	22,8
М'ясо свиней	5,4	7,6	10,4	9,2
Молоко	188,9	170,3	128,5	140,8

Кількість реалізованої рослинної продукції коливається по роках в залежності від природньо-кліматичних умов. Щодо продукції тваринництва дослідження показують, що по причині недостатньо розвинутого аграрного ринку і відсутності державних дотацій на покриття збитків в даній галузі відбувається скорочення виробництва і реалізації продукції. Це негативно відбивається на рівні задоволення нормативної потреби в основних видах продуктів харчування в Україні.

Рівень товарності основних видів продукції сільськогосподарських підприємств коливається по роках (табл. 2).

2. Рівень товарності продукції сільськогосподарських підприємств

Черкаської області, %

Продукція	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.
Зерно	63,2	78,4	73,7	62,9
Цукрові буряки	77,5	78,0	76,5	71,2
Соняшник	97,8	79,5	83,5	102,1
М'ясо ВРХ	126,5	138,5	189,2	142,9
М'ясо свиней	76,0	70,6	112,8	104,1
Молоко	77,3	73,9	76,9	82,1

Якщо даний показник перевищує 100%, то це означає, що підприємства реалізують більше продукції ніж виробляють. До недавнього часу цукрові буряки реалізувалися в обсязі 100%, проте в останні роки рівень товарності їх має тенденцію до зниження і в 2004 році становив 71,2%. Різниця між вирощеною і реалізованою продукцією використовується на корм худобі.

Рівень товарності соняшника в 2004 році становить 102,1%, це говорить про те, що сільськогосподарські підприємства області реалізували продукцію попереднього року виробництва, або купували її у інших господарств і фізичних осіб з метою перепродажу. Ситуація з рівнем товарності м'яса свідчить про те, що під "ніж" пішла частина основного стада агроформувань і здійснювалися закупки продукції у населення.

3. Рівень цін за одиницю продукції в розрізі каналів реалізації, грн. за 1ц

Продукція	Переробні організації		Орендна плата за пай		Населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці		На ринку		Комерційним організаціям	
	Питома вага каналу	Ціна за 1ц. грн.	Питома вага каналу	Ціна за 1ц. грн.	Питома вага каналу	Ціна за 1ц. грн.	Питома вага каналу	Ціна за 1ц. грн.	Питома вага каналу	Ціна за 1ц. грн.
2001 рік										
зерно	2,0	41,85	12,0	47,44	16,0	39,60	8,0	34,87	62,0	38,20
соняшник	2,0	73,18	3,0	78,74	8,0	62,78	16,0	72,64	71,0	78,06
цукрові буряки	64,0	13,38	-	-	0,1	10,50	2,2	12,64	33,7	13,07
м'ясо ВРХ	30,0	453,00	1,0	323,89	17,0	343,92	16,0	330,87	36,0	327,71
молоко	71,0	60,90	0,1	63,21	5,0	55,99	6,0	62,74	17,9	60,15
м'ясо свиней	22,0	666,08	1,0	698,22	33,0	646,28	17,0	591,75	27,0	557,2
2002 рік										
зерно	2,0	30,14	12,0	35,27	10,0	29,54	8,0	30,52	68,0	32,79
соняшник	2,0	82,69	3,0	87,47	6,0	69,60	12,0	76,42	77,0	79,57
цукрові буряки	78,0	10,99	-	-	0,5	9,78	-	-	21,5	11,39
м'ясо ВРХ	30,0	367,80	0,2	376,52	11,0	299,27	10,0	231,93	48,8	292,55
молоко	78,0	54,27	0,1	55,07	3,0	47,05	4,0	51,53	14,9	48,14
м'ясо свиней	28,0	451,83	1,0	744,0	25,0	582,30	14,0	476,55	32,0	454,26
2003 рік										
зерно	4,0	60,98	11,0	56,99	6,0	42,57	7,0	47,73	72,0	61,78
соняшник	7,0	85,97	4,0	81,88	3,0	68,92	9,0	76,23	77,0	78,92
цукрові буряки	93,0	13,65	-	-	5,2	11,25	0,1	13,33	1,7	11,84
м'ясо ВРХ	32,0	370,30	1,0	324,27	7,0	263,75	8,0	204,20	52,0	268,57
молоко	81,0	74,42	0,1	57,86	2,0	58,32	3,0	65,22	13,9	61,38
м'ясо свиней	52,0	527,40	1,0	483,38	14,0	437,88	8,0	311,33	25,0	338,98
2004 рік										
зерно	6,9	46,61	12,0	45,92	4,6	41,57	4,9	38,72	71,6	43,53
соняшник	9,1	125,92	2,2	119,48	1,6	86,30	5,5	114,92	81,6	107,77
цукрові буряки	91,4	12,39	-	-	4,0	16,25	4,6	10,71	-	-
м'ясо ВРХ	41,6	552,32	0,9	511,94	5,3	368,71	6,7	330,59	45,5	325,00
молоко	69,8	792,08	0,6	769,62	8,7	682,30	6,0	564,13	14,9	537,18
м'ясо свиней	82,2	92,02	0,1	68,71	1,4	64,65	2,8	74,92	13,5	73,13

За умови розвитку ринкових відносин та відміни державного замовлення, основними каналами збуту продукції аграрних підприємств стали: переробні організації, орендна плата за паї, населенню (в рахунок оплати праці), на ринку, комерційним організаціям (табл.3). Роль того чи іншого каналу для різних видів продукції різна. Так, при збуті зернових та соняшника найбільш вагомим каналом є продаж комерційним організаціям (близько 70%). Крім того за рахунок зернових орендарі розраховуються за майнові та земельні паї. Традиційним каналом реалізації цукрових буряків до недавнього часу були переробні підприємства (близько 100%), проте в останній час спостерігається тенденція збуту даного виду продукції населенню (для годівлі худоби) та на ринку. Протягом 2001-2002 років цукрові буряки закупляли комерційні організації з метою подальшої переробки (33,7-21,5% від загального обсягу збуту).

М'ясо реалізується, в основному, комерційним організаціям та переробним підприємствам.

Близько 80% молока збувається аграрними підприємствами на молокозаводи.

Рівень цін на продукцію коливається в залежності від каналів збуту. Найвищий рівень цін на зерно і соняшник спостерігається в квітні-червні (до нового врожаю); молоко – в листопаді-березні(в даний період знижується пропозиція). Ціни на м'ясо коливаються в залежності від обсягів реалізації, насичення ринку та купівельної спроможності населення.

Рівень ефективності виробництва досліджуваних видів продукції знаходить відображення в таблиці 4.

4. Рівень рентабельності продукції сільськогосподарських підприємств Черкаської області, %

Продукція	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.
Зерно	55,8	26,6	53,7	20,0
Цукрові буряки	-8,3	-22,9	-5,1	-7,5
Соняшник	56,2	72,3	69,8	51,7
М'ясо ВРХ	-11,7	-33,5	-39,1	-26,6
М'ясо свиней	-14,6	-25,1	-37,5	-9,7
Молоко	6,7	-10,9	17,6	14,2

Протягом досліджуваного періоду рентабельним було виробництво зерна, соняшника та молока. Ефективність вирощування зерна і соняшника має тенденцію до зниження (значно зросли ціни на ПММ, мінеральні добрива та засоби захисту рослин) то рентабельність молочної галузі зростає (в зв'язку із встановленням високих закупівельних цін). В останній час через підняття Російською Федерацією ввізного мита, зменшилися обсяги експорту молочнопереробної галузі, що призвело до зменшення обсягів закупівлі молока у сільськогосподарських підприємств і населення.

Ефективність виробництва цукрових буряків і м'яса є не рентабельною в переважній більшості господарств. Основними причинами збитковості м'яса є незбалансованість кормів, погане ветеринарне обслуговування, як наслідок низькі середньодобові прирости при високому рівні затрат.

Ситуацію з кількістю підприємств, які займалися виробництвом і збутом тієї чи іншої продукції, а також кількість збиткових агроформувань, по її виробництву зображено в таблиці 5.

5. Чисельність сільськогосподарських підприємств Черкаської області, що здійснювали виробничо-збутову діяльність, од.

Продукція	2001 р.		2002 р.		2003 р.		2004 р.	
	Всього	Збиткові	Всього	Збиткові	Всього	Збиткові	Всього	Збиткові
Зерно	574	43	536	109	465	59	443	123
Цукрові буряки	402	221	350	268	232	141	201	144
Соняшник	502	116	460	59	429	32	387	79
М'ясо ВРХ	533	374	479	428	409	360	339	283
М'ясо свиней	502	152	459	371	388	350	331	259
Молоко	518	327	459	356	380	224	318	183

Протягом досліджуваного періоду кількість підприємств, діяльність яких вивчається, значно скоротилася через їхню трансформацію.

В 2004 році вивчалася діяльність сільськогосподарських підприємств Черкаської області відносно витрат які пов'язані зі збутом. Доліждувалася діяльність 444 підприємств Черкаської області з яких агромаркетингові заходи здійснювали 207 агроформувань.

6. Збутова діяльність сільськогосподарських підприємств Черкаської області

Галузь виробництва	Кількість підприємств, од.	Сума витрат, тис. грн
Рослинництво	194	7635,5
Тваринництво	116	1497,6
Промислове виробництво	52	262,9
Роботи, послуги	76	457,5
Всього	x	9853,5

77,5 % всіх витрат на збут припадає на просування продукції рослинництва (в основному зерно, соняшник), 15,2 % - продукції тваринництва, 4,6 % - робіт і послуг і 2,7 % - продукції переробних промислів. Господарства, які займаються маркетинговою діяльністю в переважній кількості є прибутковими.

Висновки. Забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції потребує систематизованих організаційно-економічних заходів маркетингової діяльності, тобто повсякденної кропіткої роботи по управлінню виробництвом – збутом.

Виконання збутової діяльності потребує великого обсягу інформації, знань та досвіду для її аналізу та управління виробництвом-збутом.

Необхідно щоб на підприємствах постійно проводились маркетингові дослідження з метою аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища

підприємства, визначення показників поточного рівня його діяльності і на перспективу, сегментації ринку та позиціонування власної продукції.

Для оцінки маркетингової діяльності підприємствам необхідно розрахувати систему показників, що дають реальну характеристику стану справ підприємства, і по можливості внести зміни в стан справ, що підвищить ефективність діяльності підприємства.

Значним кроком у покращенні збутової діяльності є організація маркетингової служби на підприємстві. Крім того ефективно повинна діяти державна система інформаційно-консультативного забезпечення виробників аграрної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Голошубов О.В. Критерии и показатели оценки эффективности сбытовой деятельности промышленного предприятия // Маркетинг и реклама. – 1998. – № 6. – С. 30-33.
2. Кальченко А.Г. Логістика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 148 с.
3. Крикавський Є.В. та ін. Промисловий маркетинг і логістика: Навч. посібник / Крикавський Є.В, Чухрай Н.І. та ін. – Львів: Державний університет «Львівська політехніка», 1998. – 307 с.: іл.
4. Окландер М. Стратегии физического распределения в логистической системе // Бизнесинформ. – 1998. – № 16. – С. 23-28.
5. Проненко Г.С. Відділ маркетингу – каталізатор упровадження загального управління якістю (TQM) // Маркетинг в Україні. – 2002. – № 2. – С. 56-59.
6. Скоробогатова Т.М. Логістизація як фактор поліпшення фінансових показників діяльності підприємств // Фінанси України. – 2001. – № 3. – С. 108-110.
7. Скоробогатова Т.М. Деякі положення сучасного концептуального підходу до становлення маркетингового механізму діяльності вітчизняних підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 169. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. – С. 181-184.