

Д.Б. Жученко, асистент
Уманський національний університет садівництва

РЕАЛІЗАЦІЯ МЕДУ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Постановка проблеми. Ринок меду та іншої бджолопродукції в Україні не має сталого розвитку і формується стихійно і незлагоджено. Незначна частка сільськогосподарських підприємств у валовому виробництві меду та формування дрібних товарних його партій, не дає їм змогу конкурувати на ринку та зумовлює постійний пошук каналів реалізації. Це в свою чергу викликає науковий інтерес, що і обумовило вибір напряму досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми вдосконалення продовольчих ринків досліджували В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, П.І. Гайдуцький, Ю.С. Коваленко, П.Т. Саблук, Л.М. Худолій, О.М. Шпичак. Їх праці в основному приділені питанням формування аграрного ринку та розробці пропозиції щодо вдосконалення економічного механізму його функціонування. Окремим економічним проблемам формування та функціонування ринку продукції бджільництва приділена увага у працях Л.І. Боднарчука, Л.Л. Вакуленко, К.І. Ємця, О.А. Христенко, С.А. Чехова, О.М. Яценко.

Формулювання цілей статті. Метою статті є діагностика обсягів та каналів реалізації меду сільськогосподарськими підприємствами для розробки науково-практичних рекомендацій просування даної продукції на ринку та забезпечення конкурентних переваг і рентабельного виробництва меду.

Виклад основного матеріалу досліджень. Світовий ринок продуктів бджільництва інтенсивно розвивається, потреба з кожним роком зростає. Тому виробництво продукції бджільництва високої якості, як складова державної стратегії конкурентоспроможного аграрного сектору, повинно формуватися на якісно новому рівні з врахуванням досягнень науково-технічного прогресу. Особливістю українського ринку бджільництва є дрібнотоварне виробництво, неефективна система збуту, незначна кількість каналів реалізації продукції, відсутність маркетингових розробок і технологій, відсутність інтеграційних процесів, недосконала ринкова інфраструктура. Діяльність у галузі бджільництва, як вид

агробізнесу, відзначається нестабільністю й ризикованістю та не гарантує прибуток для розширеного відтворення [2, с.107].

Серед основних проблем ведення бізнесу на ринку продукції бджільництва експерти відмічають неефективну систему збуту продукції і недостатню кількість каналів реалізації продукції. На думку більшості експертів, ринок продукції бджільництва є неорганізованим (55 %) і хаотичним (39 %), хоч 15 % респондентів стверджують протилежне, вважаючи ринок організованим і 7 % - інтенсивним [3, с.190].

Через незначні обсяги виробництва меду та формування дрібних товарних партій, сільськогосподарські підприємства не можуть конкурувати на ринку та забезпечити рентабельне виробництво, що зумовлює скорочення чисельності бджолосімей у даних категоріях господарств. Аналіз динаміки обсягів реалізації меду аграрними підприємствами галузі бджільництва Черкащини, показав значне скорочення розмірів товарних партій меду за 2001-2011рр. на 69 т або 62,2 %. Виробництво меду аграрними підприємствами галузі бджільництва зменшилось на 143 т або на 57,0 %, рівень товарності меду знизився на 5,1 в.п. (рис. 1). Зменшення рівня товарності відображає стан збуту меду в сільськогосподарських підприємствах. Зменшення частки товарного меду вказує на те, що існує ряд проблем у розміщенні продукції на ринку.

В результаті групування сільськогосподарських підприємств Черкащини, котрі займались в 2011р. виробництвом та реалізацією меду, сукупність яких становить 80 підприємств, 20 % формують товарні партії меду більше 1 т, а значну частину – 43,8 % сільськогосподарських виробників меду формують товарні партії до 250 кг.

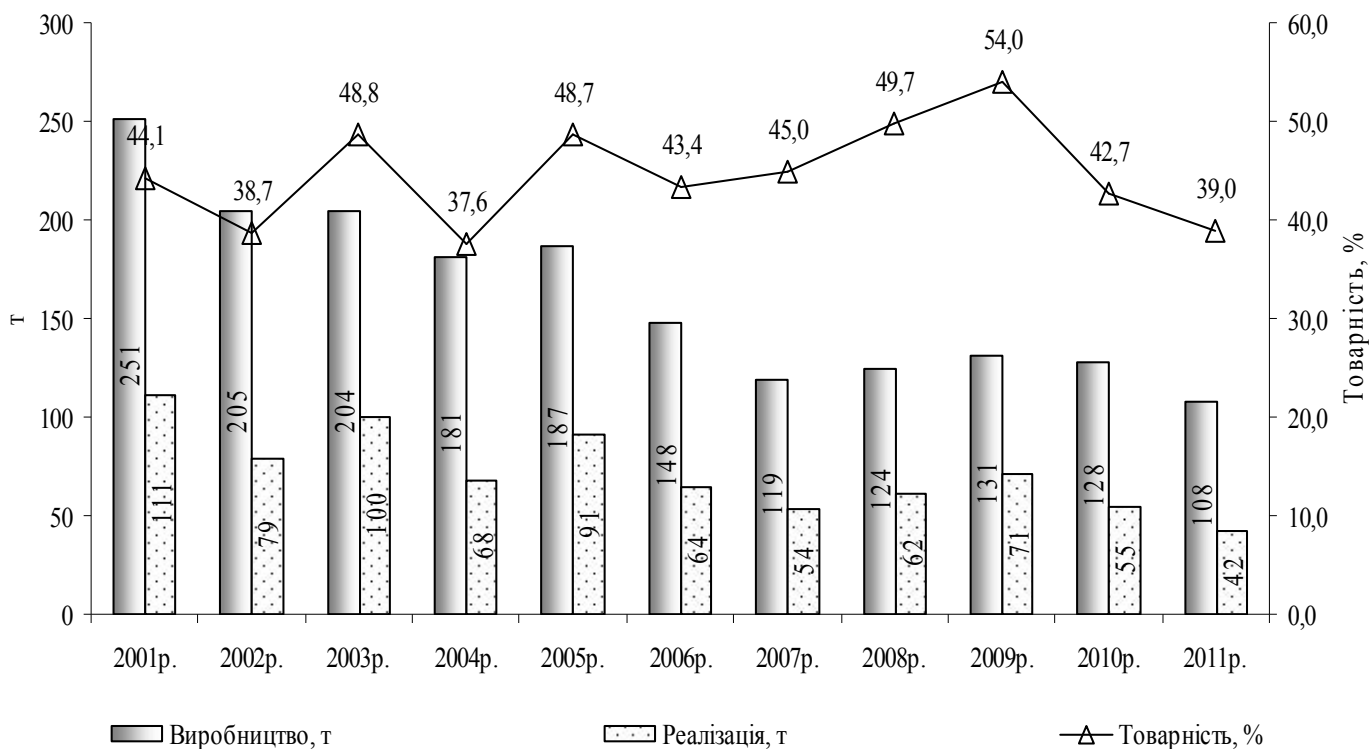


Рис. 1. Динаміка формування товарних партій меду сільськогосподарськими підприємствами Черкащини

Слід відмітити, що найбільші товарні партії меду в 2011 р. серед аграрних підприємств галузі бджільництва Черкащини формують ПАТ «Науково-виробнича фірма «Урожай» Корсунь-Шевченківського району, обсяг партії 32,3 ц; ПСП «Плешкані» Золотоніського району – 28,5 ц; СТОВ «Маяк» – 24,8 ц та ТОВ «ім. Шевченка» Чорнобаївського району – 18,2 ц; ТОВ «Дзензелівське» Маньківського району. В них сформовано 28,0 % загального обсягу товарного меду, виробленого сільськогосподарськими підприємствами Черкащини.

Розраховані структурні зрушення в реалізації меду (рис. 2) свідчать про відсутність в сільськогосподарських підприємствах досконалої політики реалізації продукції, максимальне значення даного показника 20,0 в.п. припадає на період 2008-2009 рр. порівняно з 2001 р. Беручи до уваги формування невеликих товарних партій меду, для кожного виробника є важливим продаж за найвищою ціною. Чим менші темпи зростання обсягів реалізації тим чіткіше виражена деструктуризація ринку меду.

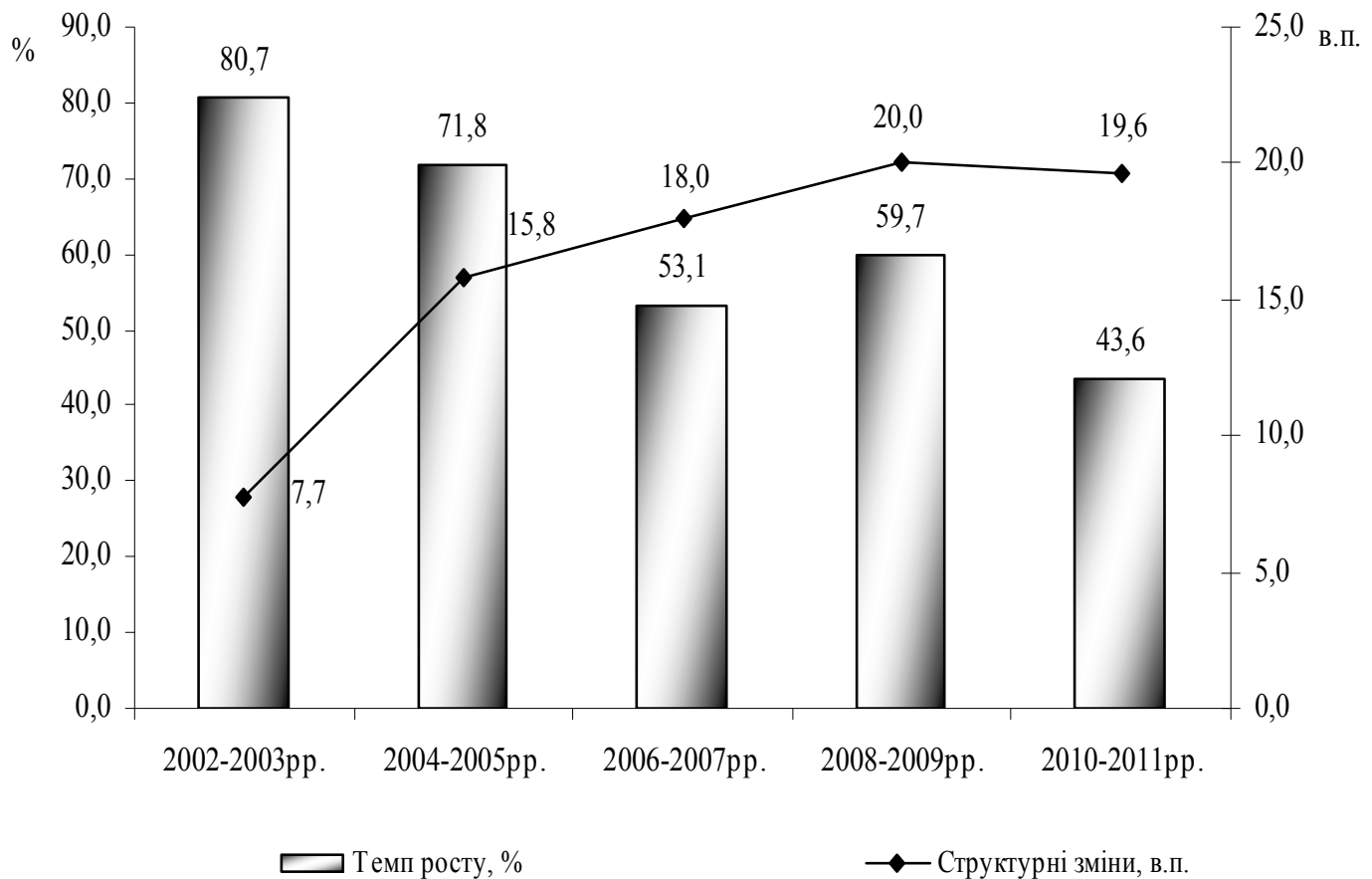


Рис. 2. Динаміка структурних зрушень реалізації меду в сільськогосподарських підприємствах Черкащини

Основним каналом реалізації меду в 2001-2003 рр. був його продаж населенню в рахунок оплати праці, питома вага даного каналу становить - 61,8 % та пайовикам в рахунок орендної плати – 21,6 % (рис. 3). Сегмент реального ринку реалізації меду за відповідний період становить, відповідно 9,2 та 7,4 %. За період 2001-2011 рр. відбулись суттєві зміни в структурі каналів реалізації меду, зокрема в середньому в 2009-2011 рр. розширився сегмент реалізації меду на 17,2 та 25,9 в.п, відповідно на ринку, а також за іншими каналами, порівняно з 2001-2003 рр. Реструктуризація збуту меду сільськогосподарськими підприємствами Черкащини, зумовлена пошуком найбільш вигідних каналів реалізації. Зокрема у 2011 р. реалізація меду пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнових паїв (часток) відбулась по 2483,1 грн за 1 ц, проте ціна реалізації на ринку та за іншими каналами на 15,5 та 13,9 % була нижча відносно зазначеної. Реалізація меду комерційним структурам здійснювалась за ціною у 1-1,5 рази нижчою ніж на продовольчому ринку.

Дослідження специфіки збуту товарних партій меду на регіональному рівні та формування ціни за різними каналами реалізації знаходять свій кінцевий результат у показнику рентабельності (збитковості) виробництва, котрі свідчать про непередбачуваність в розмірі одержуваного прибутку, а відтак вказують на пристосованість галузі до ринкових умов господарювання. Крім основних факторів, які лежать в основі показника рентабельності (збитковості) варто ще врахувати міру впливу на даний показник цінових переваг конкретних каналів реалізації меду. Вплив чинників на ефективність виробництва меду досліджувався за допомогою кореляційного аналізу. В основу побудови регресійної моделі лягли наступні чинники впливу: обсяг товарних партій меду, ц (x_1); питома вага каналів реалізації меду населенню, % (x_2), на ринку (x_3), за іншими каналами (x_4), частка відхилення ціни реалізації до її середнього рівня (x_5). Вплив факторів визначився на рівень рентабельності виробництва меду $y(x)$, %. Розрахунки проведені на основі даних сільськогосподарських підприємств Черкащини за період 2004-2011 рр.

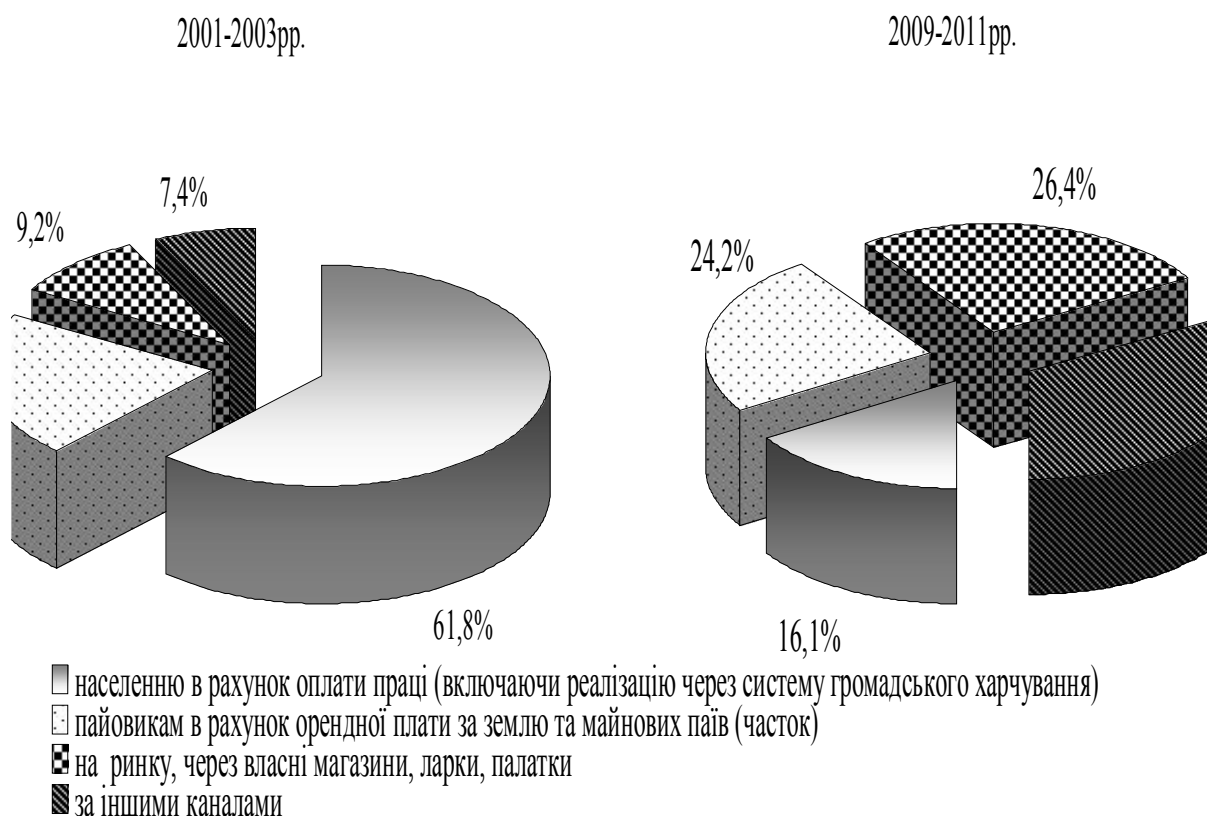


Рис. 3. Реструктуризація збуту меду за каналами реалізації сільськогосподарськими підприємствами Черкащини, %

За результатами проведених розрахунків встановлено рівняння множинної кореляції виду:

$$y(x) = -171,375 + 0,068 x_1 + 2,311 x_2 + 2,200 x_3 + 0,227 x_4 + 0,591 x_5; \quad R = 0,919$$

Отримана залежність вказує на щільний зв'язок між даними факторами та результативною ознакою при значенні коефіцієнта множинної кореляції 0,919 та означає, що рівень рентабельності виробництва меду на 84,6 % формується під впливом зазначених чинників. Позитивний ефект на окупність витрат виробництва мають всі зазначені чинники, проте найбільший вплив спричинено при виборі каналів реалізації населенню та на ринку. Найменший вплив на розмір рентабельності (збитковості) від реалізації меду серед обраних факторів мають обсяг товарних партій меду, що свідчить про перенасичення ринку продукцією.

Висновки. Для подальшого розвитку галузі бджільництва, забезпечення ринкових переваг та рентабельного виробництва меду, аграрним підприємствам доцільно орієнтуватись на великотоварне, експортно-орієнтоване виробництво. Лише за умов нарощування обсягів товарних партій продукції та відносно середній ціні реалізації меду комерційним структурам – посередникам, можливо забезпечити рентабельне функціонування галузі. Перенасичення внутрішнього ринку медом не дає можливість сільськогосподарським підприємствам через дрібнотоварне виробництво завоювати чільне місце на внутрішньому ринку.

Бібліографічний список: 1. Статистичний Бюлетень про стан тваринництва в Черкаській області за 2011 рік.: стат. бюл.; Головне управління статистики у Черкаській області. – Черкаси, 2012. – с. 80. 2. Яценко О.М. Вплив глобалізації на тенденції розвитку вітчизняного ринку бджільництва / О.М. Яценко // Вісник СНАУ: Серія: «Економіка і менеджмент», Вип. 5/1 (46). – Суми: СНАУ, 2011. – С. 104–109. 3. Федорук Р.С. Проблеми, стан та перспективи бджільництва в Україні / Р.С. Федорук, І.І. Ковальчук, Л.М. Ковальська, А.Р. Гавраняк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inenbiol.com/ntb/ntb5/pdf/9/3.pdf>. 4. Yatsenko O. The development of agribusiness at the apiculture produce market / O. Yatsenko // Sustainable development of the region / Management theory and studies for rural business and infrastructure development. – Zhytomyr: «Ryta», 2010. – Nr. 21(2) – P. 185–194.

Жученко Д.Б. Реализация меда аграрными предприятиями Черкасской области. Произведена комплексная оценка и определена специфика реализации меда сельскохозяйственными предприятиями региона. На основе проведенного анализа предложены пути повышения эффективности производства меда.

Zychenko D. Sell of honey by agrarian enterprises of the Cherkassy region. The comprehensive evaluation is done and it is determined the specification of the honey's sell in agricultural enterprises in the region. The ways of improvement the honey's production are suggested which are based on the analysis done.