

УДК 658.7:658:8

М. В. Пшенична,

здобувач кафедри маркетингу, Вищий навчальний заклад

"Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна" (м.Київ)

УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ АПК

У статті розглянуто сучасні проблеми збутової діяльності підприємств переробної галузі АПК. Визначено роль логістики в системі управління вітчизняними підприємствами. Обґрунтовано доцільність створення регіонального логістичного центру як дієвого інструменту підвищення ефективності збуту.

The article deals with contemporary issues of marketing activity of processing agricultural industry. Defined the role of logistics in the management of domestic enterprises. It identifies the expediency of establishing a regional logistics center as an effective tool to improve sales effectiveness.

Ключові слова: переробна промисловість, логістичні технології, збутова діяльність, маркетингове управління, регіональний логістичний центр.

ВСТУП

У контексті соціально-економічних реалій сьогодення проблеми організації та управління виробничо-господарською діяльністю вітчизняних продуцентів продуктів переробки аграрної сировини, що є невід'ємною складовою споживчого кошика українців, набувають значного загострення. Так, незважаючи на стратегічну значущість переробної галузі в складі промисловості України та враховуючи природно-кліматичні сприятливі передумови для її розвитку на території нашої держави, економічна діяльність переробних підприємств залишається малоефективною, а збутова політика відноситься до найслабших ланок у господарській діяльності виробників продуктів харчування через відсутність маркетингової та логістичної орієнтації в системі управління ними. Як наслідок, теоретичні та методологічні підвалини процесу прогнозування збуту на переробних підприємствах не відповідають викликам та запитам сьогодення, що робить надзвичайно актуальною модернізацію технологій збутової діяльності вітчизняних підприємств АПК.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Нині суттєві пропозиції методичного та практичного характеру з проблем управління діяльністю вітчизняних підприємств, в тому числі і в агроформуваннях, внесли такі відомі українські вчені-економісти, як Андрійчук В.А., Дем'яненко М.Я., Стецюк П.А. та деякі інші [1—7]. Не зменшуючи значимості й вагомості напрацювань та досягнень наукового загалу, слід все ж констатувати, що продовження спаду та деградації сільського господарства, а разом з ним і підприємств переробки аграрної сировини багато в чому пов'язані з відсутністю адекватної трансформаційному періоду стратегічної спрямованості економічної співпраці аграріїв та переробників, слабкістю маркетингової орієнтації управління на даних підприємствах та нівелюванням засад логістики в побудові ефективних систем розподілу і збуту готової продукції.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою даної статті є аналіз сучасних проблем збутової діяльності переробних підприємств АПК та пошук дієвих альтернативних

напрямів удосконалення існуючих технологій збуту.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Майже двадцять років суб'єкти господарювання різних організаційно-правових форм та галузевої приналежності працюють в Україні в умовах, наближених до виживання: недостатнього рівня підтримки підприємництва з боку держави, тиску імпорту, обмеженої платоспроможності споживачів тощо. Вплив негативних тенденцій особливо простежується на переробних підприємствах АПК, де, окрім зазначених складнощів, присутні диспаритет цін на промислову і сільськогосподарську продукцію та істотно високі темпи подорожчання ресурсів та капіталу.

У цьому контексті особлива увага вітчизняних науковців та економістів спрямовано переважно на дослідження організації безпосередньо виробничого процесу [1; 2], виявлення існуючих недоліків у його забезпеченні та розробку пропозицій щодо їх усунення. Однак вважаю за необхідне наголосити на тому, що виробництво є хоча й найважливішою, проте лише однією зі стадій циклу відтворення капіталу. В умовах стратегічної євроінтеграційної спрямованості економіки України дедалі актуальнішим стає питання підвищення ефективності завершальної стадії господарсько-виробничого циклу, а саме — збутової діяльності.

Тож переконана, що питанням, котре потребує нагального вирішення в умовах ринково-орієнтованого сьогодення, є вибір оптимальної та економічно обгрунтованої концепції побудови виробничо-збутового механізму для вітчизняних товаровиробників, який дав би змогу максимально повно задовольнити потреби споживачів, підвищити конкурентоспроможність продукції як на локальному, так і на світовому рівнях, сприяв розширенню ринків збуту, ліквідації управлінського плюралізму в аспекті збутового планування.

За даних умов, метою "оздоровлення" діяльності переробних підприємств стає раціоналізація використання ресурсів, адаптація принципів управління до змінних умов ринкового середовища, ефективна організація збутового процесу. І в даному ракурсі радикальних змін вимагає діюча, однак недієва система заходів зі збуту, яка не передбачає забезпечення післявиробничого обслуговування продажів, залишає поза увагою розробку перспективної маркетингової та логістичної стратегій, а також відбір оптимальних форм роз-

рахунків з контрагентами підприємства, спростовує аспект забезпечення надійності, безпребійності та стабільності функціонування збутових мереж (навіть при порушенні дії одного з її елементів) [5, с. 249]. За цих умов особливо гостро постає потреба переосмислення збутової політики переробних підприємств аграрної ланки, визначення чіткої мети, завдань, механізмів і етапів її реалізації.

Таким чином, можна зробити висновок, що першочерговою статтею інвестиційних витрат українських товаровиробників продукції переробки сільськогосподарської сировини є забезпечення умов для реалізації комплексу заходів з активізації збуту. Разом з тим, варто наголосити на тому, що збут, який пов'язаний з продукцією сільськогосподарських переробників, набагато складніший від інших галузевих видів збуту. Ця складність зумовлена внутрішньогалузевими особливостями аграрного бізнесу та специфічними рисами, які притаманні діяльності суб'єктів переробної галузі АПК та якими визначається унікальність маркетингової й виробничо-збутової діяльності підприємств цієї галузі. Отже, вважаю за доцільне виділити наступні галузеві особливості збуту й маркетингової діяльності на переробних підприємствах.

1. Результатом виробничої діяльності підприємств, що спеціалізуються на переробці сільськогосподарської сировини, є отримання продуктів харчування, що являють собою товар першої життєвої необхідності. Таким чином, збут готової продукції переробників має бути спрямований на збереження високої якості товарів, а обсяг збуту — забезпечувати відповідність нормам фізіологічних потреб населення у продуктах харчування відповідної асортиментної групи, що визначається шляхом прогнозу збутовим персоналом діалектики попиту споживачів.

2. Сезонність отримання сировини (один-два рази на рік) призводить до неспівпадіння робочого періоду зі збутовим процесом на підприємствах переробки продукції рослинництва, що обмежує можливість залишків незавершеного виробництва та викликає значну диспропорцію між часом безпосереднього виробництва й циклом післявиробничих операцій, що відповідно підвищує вимоги до організації постачальницько-збутової систем.

3. На переробних підприємствах більшою мірою по відношенню до інших галузей народного господарства присутні підвищені вимоги до елементів логістики. Ця особливість є логічним продовження перших двох,

оскільки збереження якості переважно швидкопсувного товару висуває необхідність спеціального оснащення складів та транспортних засобів, що забезпечили б відповідний температурний режим, вологість повітря та захист від факторів природного середовища.

4. Ідентичність товару переробних підприємств (однакові інгредієнти, майже тотожні рецептурні позиції, єдине призначення товарів) змушує продуцентів посилити увагу до пакування, дизайну етикетки, реклами, засобів підкріплення товару, надає прагнення до вдосконалення форм і методів маркетингу, що, в свою чергу, надає особливої значущості інформаційному забезпеченню діяльності переробників стосовно потреб ринку та учасників товарору-ху.

5. Багатоаспектність конкуренції в переробній галузі спричинена різноманітністю форм власності в системі АПК на землю як ключовий фактор забезпечення переробника сировинною базою, засоби виробництва, товар, що реалізовується. Це визначає різноманітність стратегій і тактик, пристосування їх до потреб і інтересів споживачів.

6. Збутова діяльність суб'єктів переробної галузі більше за інші є сприйнятливою до державної політики та державних програм, оскільки має в короткі терміни адаптуватися до змінних умов експортної політики країни, витримати конкуренцію великої кількості імпортованих з-за кордону продуктів харчування, вміти працювати в умовах відсутності державного замовлення та жодних засад стабільного гарантування збуту.

7. Визначальна роль посередників у каналах розподілу товарів переробки пояснюється необхідністю швидкого пристосування товару до торговельних центрів та споживачів крізь систему товарору-ху, спричинену специфічністю та призначенням готової продукції, що реалізується.

8. Нижчий рівень науки і мистецтва маркетингової діяльності в АПК у порівнянні з іншими сферами спричинений тим фактом, що до теперішнього часу не сформувалися науково обґрунтовані рекомендації щодо його здійснення. Через наявність подібної ситуації більшість товаровиробників за потреби в успішній самоорганізації просто не здатні модернізувати та адаптувати свої збутові мережі до сучасних ринкових умов.

Таким чином, визначені найсуттєвіші особливості функціонування підприємств досліджуваної галузі дають змогу встановити, що управління підприємством як цілісність вклю-

чає в себе управління різними аспектами його діяльності, серед яких важливе місце посідає організація збуту орієнтована на маркетинг. В контексті діяльності переробних підприємств маркетингове управління включає дослідження, планування та прогнозування, організацію, реалізацію на практиці та контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення та підтримку вигідних стосунків з постачальниками аграрної сировини, торговими посередниками, що беруть участь у процесі розподілу виготовлених переробними підприємствами товарів й продуктів харчування та, нарешті, цільовими споживачами з певною метою (одержання прибутку, зростання обсягів збуту, розширення частки ринку тощо, завдяки задоволенню їхнього попиту).

Виконаний аналіз впровадження концепції маркетингового управління збутовою діяльністю переробних підприємств свідчить, що в практиці її застосування має фрагментарний характер, практично використовуються лише окремі елементи, в той час як логістичний підхід в здійсненні управління вітчизняними продуцентами переробної галузі нівелується зовсім.

На мою думку, для вдосконалення маркетингової діяльності в сфері сільськогосподарського виробництва, заготівлі, оброблення і реалізації сільськогосподарської сировини і продуктів її переробки, а також для надання практичної допомоги переробним підприємствам у створенні і розвитку ринкової структури необхідно розробити методичні рекомендації щодо вдосконалення логістичних технологій збутової діяльності підприємств переробної галузі АПК.

Елементами сучасної аграрної логістичної інфраструктури є: торговельно-збутова, транспортна, складська, стандартизаційна, сертифікаційна та деякі інші системи [7, с. 113]. Вони функціонували і раніше, проте в умовах ринкової економіки та глобалізаційних процесів набувають абсолютно нових рис, діють за іншими механізмами. Виходячи з цього, вважаю, що завданням органів влади на регіональних рівнях є забезпечення державного регулювання, оптимізації організаційних структур та системи управління логістичною інфраструктурою.

Разом з тим, незважаючи на унікальну географічну складову та оптимальні характеристики рельєфу регіональної місцевості проблема складування і збереження аграрної сировини та організація її транспортування є актуаль-

ною для промислових підприємств більшості промислових переробних підприємств України. Як наслідок, нерозвиненість логістичної інфраструктури є гальмівним процесом для ефективно організації збуту досліджуваних підприємств, обмежувальним фактором її конкурентоздатності не тільки на зовнішньому, але й на внутрішньому ринках, перепоною для завоювання нових ринків збуту та ринкових сегментів.

Проведене дослідження дало змогу виокремити основні проблеми на шляху сталого розвитку логістичного комплексу в межах підприємств АПК, а саме:

- недостатню орієнтованість аграрної та переробної галузей на потреби ринку в складських площах та транспортних послугах;
- замалу кількість обігових коштів підприємств унаслідок реструктуризації галузі;
- низький рівень інформатизації логістичного процесу та інформаційної взаємодії АПК з іншими галузями економіки;
- недосконалість організаційної структури та комплексної системи управління збутом продукції переробки аграрної сировини;

— відсутність нормативної бази на регіональному рівні для спонукання місцевих суб'єктів підприємницької діяльності переробної галузі АПК до оновлення та модернізації наявних логістичних об'єктів.

Усунення окресленого кола проблем передбачає збільшення чисельності рухомого складу всіх видів транспорту, що беруть участь у системі розподілу та товароруку готової продукції аграрних і переробних підприємств та підвищення технічного стану складських господарств регіональних продуцентів, суттєвого поліпшення якості обслуговування збуту, забезпечення економічності складування аграрної сировини, а також комфортності та безпеки перевезення вантажів шляхом розвитку усіх компонентів логістичної системи. Отже, у цьому контексті стає зрозумілим, що окреслене коло стратегічних завдань розвитку підприємств переробної галузі може бути досягнуте разом з появою регіонального логістичного центру.

Таким чином, регіональний логістичний центр реалізує функції вищого ешелону менеджменту, тобто відіграватиме координуючу та інтегруючу роль в макрологістичній системі, забезпечуючи її ефективне функціонування. Даний регіональний логістичний центр, по суті, є плацдармом організаційно-технічної і технологічної взаємодії різних видів транспорту,

здійснення мультимодального складування та перевезень продуктів переробки аграрної сировини на логістичних принципах не тільки в регіональному чи загальнодержавному, але і міжнародному масштабах.

У ході моніторингу практичної діяльності підприємств АПК автору вдалося визначити принципові схеми управління локальними процесами інтегрованого ланцюга постачань в межах логістичного центру, що притаманні суб'єктам переробної галузі і відповідно мають бути враховані при організації роботи логістичного центру. Зокрема, алгоритм створення інтегрованого ланцюга постачань аграрної продукції від сільськогосподарських підприємств до переробних фірм має наступний вигляд: аналіз існуючого ланцюга постачань; створення інтегрованих корпоративних інформаційних систем бізнес-процесів; визначення ключових з точки зору отримання прибутку бізнес-процесів; формування відносин співпраці з найбільш важливими постачальниками і споживачами; розробка нових продуктів та послуг на основі інтеграції аграріїв та переробників регіону; визначення критеріїв оцінки інтегрованих ланцюгів; стратегічне управління витратами в ланцюгу постачань.

Отже, під час формування регіонального логістичного центру головний акцент повинен робитися на узгодження дій при придбанні, переміщенні, складуванні, реалізації, а в даному випадку — і виробництві сировини, напівфабрикатів та готових виробів вітчизняних переробних підприємств, оскільки у сферу дій центру потрапляють і сфера виробництва, і сфера обігу. При цьому критерієм ефективності функціонування регіонального логістичного центру є величина загальних витрат на транспортно-розподільчі операції, які, за твердженням видатного українського економіста М.Я. Дем'яненка, становлять найбільшу питому вагу у складі витрат на збут переробних підприємств АПК [2, с. 85].

Отже, методи співробітництва та взаємодії господарюючих суб'єктів сприяють формуванню регіонального логістичного центру як головної складової інтеграції ланок логістичного ланцюга в систему збуту переробних підприємств.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, можна відзначити, що багатаспектність і специфіка збутової діяльності переробних підприємств АПК зумовлюють необхідність здійснення реального якісного своєчасного управління нею, яке ґрунтується на мо-

дернізації та активному використанні логістичної інфраструктури регіону. Запропонований методологічний підхід здійснення взаємодії аграрних продуцентів та суб'єктів переробної галузі в контексті функціонування регіонального логістичного центру має особливе значення при забезпеченні ключових орієнтирів економічного стійкого поступу агроформувань, що особливо важливо в контексті пошуку самостійного й неповторного шляху їх економічного розвитку в умовах кризових та глобалізаційних процесів, в яких перебуває українських аграрний сектор.

Крім того, зважаючи на те, що сталий розвиток регіонального логістичного центру повинен гарантувати зріст його конкурентоспроможності та капіталізації, фінансово-економічний прогрес його суб'єктів, забезпечувати злагодженість усіх процесів розподілу та товароруху продукції підприємств АПК в умовах мінливого ринкового середовища, вважаю, що подальше дослідження засад логістичного управління збутової діяльності переробних підприємств буде цілком доречним та не втратить своєї актуальності й в майбутньому, підвищуючи якість обслуговування споживачів продуктами, вироблюваними в межах агропромислового комплексу країни.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник] / В.Г.Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
2. Дем'яненко М.Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань (теорія та практика): монографія / М.Я. Дем'яненко, О.Є. Гудзь, П.А. Стецюк — К.: ННЦІАЕ, 2008. — 302 с.
3. Зимовець В.В. Державна фінансова політика економічного розвитку / В.В. Зимовець, НАН України. Ін-т екон. та прогнозує. — К., 2010. — 256 с.
4. Ковальчук С.Я. Аграрні відносини в регіональних економічних системах: монографія / С.Я.Ковальчук, Л.Є. Курінець. — Одеса: ІПРЕ-ЕД НАН України, 2010. — 212 с.
5. Крикавський Є. В. Логістичне управління: [підручник] / Є.В. Крикавський. — Львів: Видво Національного університету "Львівська політехніка", 2005. — 684 с.
6. Теорія, політика та практика сільського розвитку / За ред. д-ра екон. наук, чл. -кор. НАНУ О.М. Бородіної, д-ра екон. наук, чл. -кор. УААН І.В. Прокопи; Ін-т екон. та прогнозує. — К., 2010. — 376с.
7. Шлафман Н.Л. Механізм регулювання розвитку підприємницького сектору. — Херсон: ХНТУ, ІПРЕЕД НАН України, 2010. — 284 с.

Стаття надійшла до редакції 17.10.2011 р.

ДО УВАГИ АВТОРІВ!

ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ОФОРМЛЕННЯ МАТЕРІАЛУ:

- відомості про автора (авторів): ім'я, по батькові, прізвище, вчене звання, вчений ступінь, посада і місце роботи, службова і домашня адреси (з поштовим індексом), контактний телефон;
- УДК;
- назва статті мовою оригіналу та англійською мовою;
- коротка анотація (2—4 речення) мовою оригіналу та англійською мовою;
- ключові слова;
- текст статті повинен мати такі необхідні елементи: вступ (формулюється наукова проблема, ступінь її вивченості, актуальність тієї частини проблеми, якій присвячена стаття), постановка задачі (формулюються мета і методи дослідження), результати (викладається система доведень запропонованої гіпотези, обґрунтовуються наукові результати), висновки (вказується наукова новизна, теоретична і практична значущість результатів дослідження, перспективи подальших розробок з цієї теми). Розділи повинні бути виділені;
- обов'язковий список використаних джерел у кінці статті;
- обсяг статті — 12—25 тис. знаків (як виняток, не більше 40 тис. знаків);
- шрифти найпоширенішого типу, текстовий шрифт та шрифт формул повинні бути різними;
- ілюстративний матеріал повинен бути поданий чітко і якісно у **чорно-білому** вигляді. Посилання на ілюстрації в тексті статті обов'язкові. До графіків та діаграм мають бути подані таблиці, на основі яких вони збудовані;
- разом із друкованою статтею треба подати її електронний варіант на CD носії або електронною поштою. Файл статті повинен бути збережений у форматі DOC для MS Word. Схеми, рисунки та фотографії слід записувати окремими графічними файлами форматів TIF, BMP, JPG, в імені яких зазначається номер ілюстрації у статті, наприклад pict 4.tif.

Редакція залишає за собою право на незначне редагування і скорочення, а також літературне виправлення статті (зі збереженням головних висновків та стилю автора). Надані матеріали не повертаються.

Адреса редакції: 04112, м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29
для листування: 04112, м. Київ, а/с 61; economy_2008@ukr.net
Тел.: (044) 458-10-73, 223-26-28, 537-14-33