

УДК 631.145:338.439.5

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМ РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Гриценко В.І., Мельник О.І.

Миколаївський національний аграрний університет

У статті визначено особливості управління збутом на сільськогосподарських підприємствах. Наведено фактори впливу на виручку від реалізації, зокрема: обсяг та якість продукції, рівень реалізаційних цін на неї, канали та форми збуту. Встановлено, що проблеми, пов'язані з реалізацією сільськогосподарської продукції, породжені рядом причин: недосконалістю існуючого ціноутворення, слабо розвиненою інфраструктурою ринку, руйнуванням зв'язків між виробниками і споживачами, недоліком необхідної інформації про стан ринку, недостатнім рівнем державної підтримки вітчизняних товаровиробників. Обґрунтовані заходи щодо підвищення доходів сільськогосподарських підприємств за рахунок збільшення результативності збуту та вдосконалення форм реалізації продукції.

Ключові слова: збутова діяльність, попит, пропозиція, форми збуту, кооперування, реалізація сільськогосподарської продукції, форми реалізації продукції, товарно-грошові відносини, виручка від реалізації.

Постановка проблеми. Однією з умов функціонування і розвитку будь-якого суб'єкта господарювання є орієнтація в поточному і прогнозованому попиті на виробництво продукції, яка затребувана ринком, що гарантує її збут, а виробника забезпечить запланованим доходом. Основним джерелом грошових надходжень від діяльності підприємств аграрного сектору економіки є грошові кошти, отримані від покупців і замовників сільськогосподарської продукції (робіт, послуг). В свою чергу, розмір виручки від реалізації залежить від обсягу та якості продукції, рівня реалізаційних цін на неї, каналів та форм збуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні науковці досить уважно вивчають ринкові особливості формування доходів виробників сільськогосподарської продукції, взаємозв'язок з цінами агропродовольчого ринку, особливості збуту. Аналіз даних питань представлено у працях таких дослідників як Ю. Атаманчук [1], В. Ваврик [2], І. Гришова та Ю. Зайцев [3], О. Дудар [4], І. Олійник [5], І. Паска [6], Г. Східницька [7] та ін. У їхніх працях знайшли відображення як теоретичні, так і прикладні аспекти досліджуваної проблеми.

Виявлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми, пов'язані з реалізацією сільськогосподарської продукції, породжені рядом причин: недосконалістю існуючого ціноутворення, слабо розвиненою інфраструктурою ринку, руйнуванням зв'язків між виробниками і споживачами, недоліком необхідної інформації про стан ринку, недостатнім рівнем державної підтримки вітчизняних товаровиробників. Сільські товаровиробники є вільними підприємцями, відповідно до законодавства, однак на державному рівні не створено для них необхідної інфраструктури і вільної конкуренції в системі руху продукції. В результаті, з однієї сторони, підприємці аграрного сектору самостійно вибирають та розширюють коло своїх клієнтів, вдаються до послуг посередників, самостійно вивозять продукцію в інші регіони, тобто мають можливість здійснювати торгівлю на належному рівні. З іншої сторони, надмірна диверсифікація каналів збуту призвела до того, що сільськогосподарська сировина і продукція не знаходять збуту на сво-

їх географічних ринках, сільські товаровиробники вимушені продати її на не вигідних для себе умовах. Отже, питання збуту та вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції є сьогодні актуальними.

Метою статті є обґрунтування заходів щодо підвищення доходів сільськогосподарських підприємств за рахунок збільшення результативності збуту та вдосконалення форм реалізації продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах перед агровиробниками стоять проблем оптимізаційних заходів, які дозволяють підвищувати ефективність процесів виробництва та збуту, і, перш за все, вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції. Форми реалізації сільськогосподарської продукції трансформуються у відносини з приводу переходу прав власності на реалізовану продукцію від її продавця до покупця, складові елементами якої наведено на рис. 1.

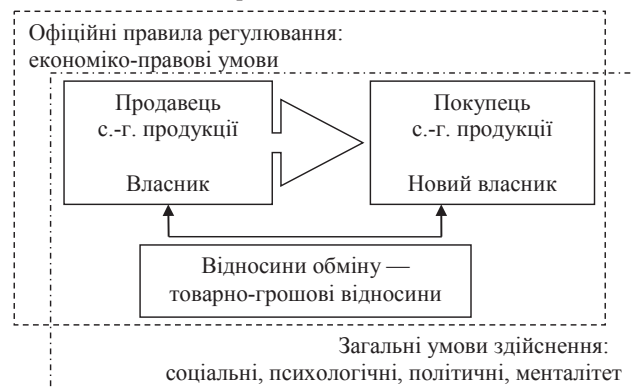


Рис. 1. Складові елементи відносин переходу прав власності на реалізовану продукцію від її продавця до покупця

Джерело: побудовано автором

В даний час недосконалість у сфері збуту створює передумови для розвитку наступних проблем правового, організаційно-функціонального і структурного характеру в діяльності сільськогосподарських підприємств:

– відсутність системної послідовності в організації управління збутовою діяльністю та ефек-

тивного здійснення функції обслуговуючими відділами по відношенню до виробництва через відсутність професійних фахівців-маркетологів в ринкових умовах;

– організаційно-функціональна структура сільськогосподарських підприємств і їх підрозділів, як правило, адекватна структурам, які було сформовано в умовах планової економіки. Вони досить повільно адаптуються до формування аграрного та продовольчого ринків і базуються на обов'язках окремих штатних працівників виробничо-технічного і збутового забезпечення;

– кооперативні відносини між підрозділами на підприємствах не досить розвинені, що спричиняє їх відособленість і певну автономність у виробничо-збутовій діяльності, які призводять до роз'єднаності і дезорганізації зусиль організаційно-функціональної структури управління;

– невідповідність реальної системи збуту господарюючих суб'єктів аграрного сектору економіки сучасним вимогам регіонального продовольчого ринку, або навіть відсутність даної структури створює серйозні труднощі в зміцненні фінансово-економічного стану всіх форм сільськогосподарських підприємств, досягнення стабільності їх функціонування підприємств в умовах конкурентної боротьби суб'єктів ринку;

– недооцінка маркетингової діяльності гальмує дослідження ринку для оцінки попиту і пропозиції за сегментами аналізу конкуренції з урахуванням зміни ринкових цін, поведінки життєвих циклів продукції, складання карт моніторингу витрат на обсяги товарообігу в розрізі каналів реалізації, а також економічно обґрунтованої кооперації в межах, наприклад, адміністративних районів, організації вивезення продукції

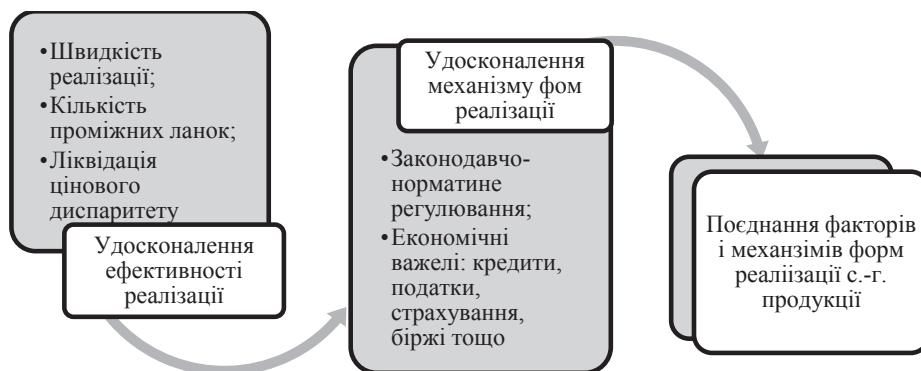


Рис. 2. Складові вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції

Джерело: побудовано автором



Рис. 3. Рівні вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції

Джерело: побудовано автором

великими партіями, підвищення ефективності прямих договорів, організації часткової переробки власної сировини для отримання значних сум додаткового доходу від продажу кінцевих продуктів харчування через фірмову торгівлю;

– недостатнє використання кооперування збутової діяльності підприємств для впровадження гнучких закупівельних цін при великих поставках продукції або часткового продажу за договірною ціною;

– відсутність правової експертизи типових договорів на поставку товарної продукції дає можливість монополіям споживачам використовувати контрактні зобов'язання, які обмежують економічні інтереси сільськогосподарських товаровиробників за рахунок нечітких формулювань штрафних та інших юридичних санкцій на їх адресу за порушення термінів та обсягів продажу продукції та інших умов;

– сільськогосподарські товаровиробники не завжди складають графіки погашення своїх за-

боргованостей поставок продукції і не виконують планомірну претензійну роботу по заборгованостях покупців, що зменшує реальну можливість відстоювання своїх економічних інтересів в процесі судових розглядів.

Виходячи з цього, проблему вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції необхідно розглядати в розрізі трьох складових (рис. 2) і чотирьох рівнів (рис. 3).

Вдосконалення форм реалізації на рівні економічного суб'єкта знаходиться в площині створення ефективної системи збуту, яку можна представити за пропонованою структурною схемою (табл. 1).

Поетапне вдосконалення системи збуту товарної продукції в аграрному секторі економіки забезпечить ефективну діяльність суб'єктів господарювання в ринкових умовах на основі практичного впровадження служби маркетингу. Маркетингова організація управління вироб-

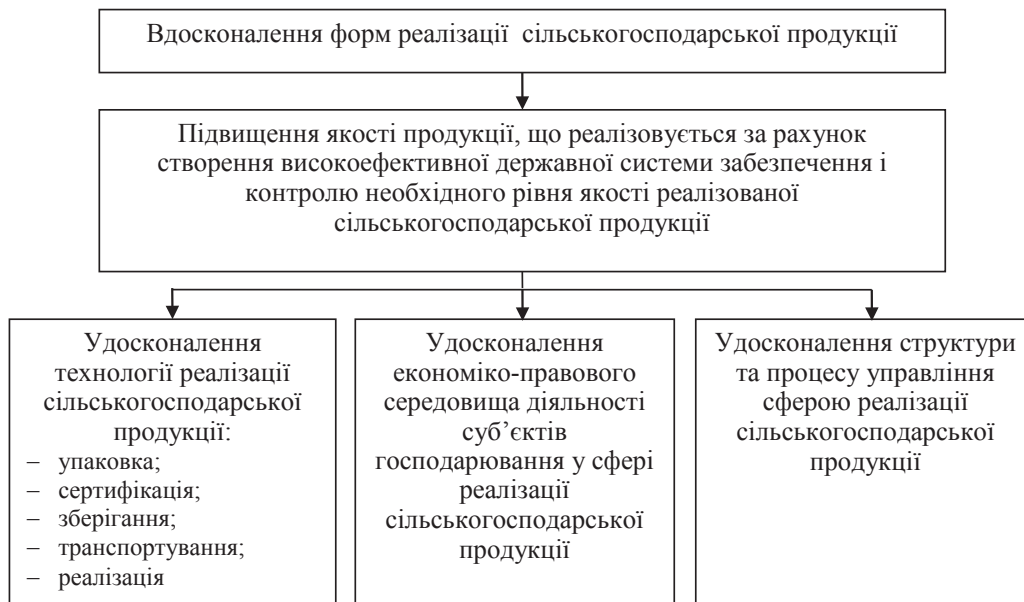


Рис. 4. Структура процесу вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції

Джерело: побудовано автором

Таблиця 1

Основні напрями вдосконалення системи збуту продукції на сільськогосподарських підприємствах

Етапи	Характеристика заходів	Передбачувані витрати і труднощі	Очікуваний ефект
1	Організація проведення юридичної експертизи договорів	Витрати на оплату послуг кваліфікованого юриста або утримання юридичної служби або сектору на підприємстві	Істотне зниження існуючої і уникнення необґрунтованого збільшення в майбутньому кредиторської та дебіторської заборгованості
2	Проведення аналізу цінової кон'юнктури ринку і конкурентного оточення підприємства. Виявлення можливостей кооперації в збутової діяльності	Витрати на залучення висококваліфікованих фахівців для маркетингової служби, закупівля необхідних програмних продуктів або інформаційно-консультаційних послуг при розробці плану маркетингу	Збільшення прибутку на 10-15% від виробництва і продажу товарної продукції. оведення до 30-45% рівня рентабельності виробництва
3	Організація служби маркетингу на підприємства	Витрати на навчання фахівців і функціонування маркетингової служби	Адаптація виробничої структури до потреб ринку, досягнення високої конкурентоспроможності підприємства та продукції на ринку, збільшення товарного обороту при високих цінах продажів по найбільш ефективним каналам збуту

Джерело: побудовано автором

ничо-збутової діяльності є головним напрямком повної адаптації всіх форм підприємств до ринкових умов для зростання економічної ефективності товарного виробництва.

Подальше поглиблення процесу аналізу структури і природи категорії «форма реалізації сільськогосподарської продукції», з метою її вдосконалення, дозволяє сформувати найбільш прийнятну, з нашої точки зору, деталізовану абстрактну модель категорії «форми реалізації продукції». Дана модель дозволяє визначити загальний підхід до вдосконалення форм реалізації. Структурно-функціональна схема формування цілісного процесу вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції представлена на рис. 4.

Сутність підходу до вдосконалення форм реалізації забезпечується концентрацією всього процесу на формуванні системи забезпечення необхідної якості реалізованої продукції. Тобто кожен захід, який здійснюється в рамках даного процесу, має приводити або до зміцнення існуючої системи забезпечення необхідної якості, або реально підвищувати вже досягнуті чи встановлені межі якості реалізованої продукції.

Висновки. Розглянуті проблеми в сфері реалізації сільськогосподарської продукції, визначають основні шляхи їх вирішення та напрями вдосконалення її головних складових – форм реалізації в аспекті застосування спеціального підходу, стрижнем якого є управління якістю продукції і маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств при відповідній державній підтримці. Це базис, на якому розбудовуються всі основні положення і правила, на підставі яких може здійснюватися технологічне вдосконалення форм збуту продукції сільськогосподарського виробництва.

В ході вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції повинні бути досягнуті наступні цілі: створення оптимальних умов для забезпечення необхідного рівня якості реалізованої сільськогосподарської продукції; забезпечення достатнього ступеня задоволення попиту населення відповідним йому за обсягом, ціною, якістю і часу обсягом виробленої сільськогосподарської продукції; створення умов для постійної динамічної трансформації аграрного сектора слідом за рівнем розвитку економіки в цілому.

Список літератури:

1. Атаманчук Ю. М. Політика збутової діяльності підприємств агропромислової сфери / Ю. М. Атаманчук // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2015. – Вип. 1. – С. 3-10.
2. Ваврик В. Б. Збільшення доходів домогосподарств як основа формування сприятливого цінового середовища розвитку сільськогосподарських підприємств / В. Б. Ваврик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.1. – С. 207-214.
3. Гришова І. Ефективність маркетингово-збутових систем аграрних підприємств на цільових продуктових ринках / І. Гришова, Ю. Зайцев // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – № 1. – С. 99-107.
4. Дудар О. Маркетингова кооперація товаровиробників у системі збуту органічної сільськогосподарської продукції / О. Дудар // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Вип. 1. – С. 62-71.
5. Олійник І. О. Теоретико-методологічні засади формування доходності сільськогосподарського підприємства / І. О. Олійник // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. – 2014. – № 7. – С. 147-154.
6. Паска І. М. Удосконалення організаційно-економічних відносин та збут сільськогосподарської продукції / І. М. Паска // Економіка та управління АПК. – 2014. – № 1. – С. 36-43.
7. Східницька Г. В. Формування доходів сільськогосподарських підприємств та шляхи їх збільшення / Г. В. Східницька // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1. – С. 86-90.

Гриценко В.М., Мельник О.М.

Николаевский национальный аграрный университет

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФОРМ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация

В статье определены особенности управления сбытом на сельскохозяйственных предприятиях. Приведены факторы влияния на выручку от реализации, в частности: объем и качество продукции, уровень реализационных цен на нее, каналы и формы сбыта. Установлено, что проблемы, связанные с реализацией сельскохозяйственной продукции, порождены рядом причин: несовершенством существующего ценообразования, слабо развитой инфраструктурой рынка, разрушением связей между производителями и потребителями, недостатком необходимой информации о состоянии рынка, недостаточным уровнем государственной поддержки отечественных товаропроизводителей. Обоснованы меры по повышению доходов сельскохозяйственных предприятий за счет увеличения результативности сбыта и совершенствования форм реализации продукции.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, спрос, предложение, формы сбыта, кооперирование, реализация сельскохозяйственной продукции, формы реализации продукции, товарно-денежные отношения, выручка от реализации.

Hritsenko V.I., Melnik O.I.

Mykolayiv National Agrarian University

FEATURES OF SALES MANAGEMENT AND IMPROVEMENT OF THE FORMS OF REALIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Summary

In the article the features of sales management in agricultural enterprises. Given the factors of influence on the revenues, in particular: the quantity and quality of products, level of sales prices, channels and forms of marketing. Found that the problems associated with marketing of agricultural products generated by several factors: imperfection of the existing pricing, underdeveloped market infrastructure, breakdown of communication between producers and consumers, lack of adequate information about the state of the market, the insufficient level of state support for domestic producers. Justified measures to increase income of agricultural enterprises at the expense of increasing the impact of marketing and improving sales.

Keywords: distribution, demand, supply, forms of marketing, cooperation, agricultural product sales, product sales, commodity-money relations, sales.