

УДК 658.8:338.433.4
© 2012

Т.Ю. Бабенкова

*Білоцерківський
національний аграрний
університет*

** Науковий керівник —
член-кореспондент НААН
Г.М. Калетник*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАНАЛІВ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ*

Визначено галузеві особливості розвитку логістичного забезпечення збутової діяльності агропідприємств. Установлено різні підходи до розвитку логістичних систем розподілу сільськогосподарської продукції. Запропоновано стратегію формування каналів розподілу продукції сільського господарства.

Постановка проблеми. Основними передумовами необхідності впровадження концепції логістики у практичну діяльність вітчизняних сільськогосподарських підприємств є: посилення конкуренції на світовому та регіональних ринках; досягнення граничної ефективності технологічних процесів виробництва продукції; істотне зростання витрат на виконання операцій з підготовки ресурсів до обробки та їх доставки до місць використання або реалізації; широка диверсифікація продукції виробничих і торговельних підприємств із наданням споживачеві тієї продукції і з тими характеристиками, які йому необхідні; поширення сучасних інформаційних технологій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у розвиток логістичної системи реалізації продукції зробили такі відомі вчені, як В.Г. Андрійчук [1], В.М. Гейць [2], Т.Г. Дудар [3], В.В. Зіновчук [4], О.Ю. Єрмаков [5], М.Й. Малік [6], В.Я. Месель-Веселяк [7], О.М. Шпичак [8] та ін.

Мета досліджень — визначення особливостей розвитку логістичних систем реалізації сільськогосподарської продукції та обґрунтування напрямів їх оптимізації з урахуванням зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування агротоваровиробників.

Матеріали і методика досліджень. Для досягнення поставленої мети використано такі методи: діалектичний (вивчення економічних явищ і теоретичних засад), абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків), моделювання (розробка стратегій формування каналів розподілу) та ін. методи.

Результати досліджень та їх обговорення. Характерні риси логістики в агропродовольчій сфері визначаються особливостями функціонування ринків у системі агробізнесу, специфікою попиту і пропозиції, а також формуванням цін в АПК. Розвиток логістичних систем, окрім орієнтації підприємств на скорочення часових і грошових витрат, пов'язаних з реалізацією продукції, визначили два фактори: ускладнення системи ринкових відносин і підвищення вимог до якісних характеристик процесів руху й розподілу ресурсів; створення гнучких виробничих і комерційних систем. Значний вплив на розвиток логістичної сис-

теми реалізації продукції зробив перехід від ринку продавця до ринку покупця, що супроводжувався істотними змінами у стратегії виробництва й системах руху ресурсів та розподілу.

На логістичне забезпечення збутової діяльності агропідприємств найбільше впливають: залежність кінцевих результатів агробізнесу від природно-кліматичних умов; специфіка сільськогосподарської продукції (вона є результатом біологічних процесів); незбігання у часі періоду робочого процесу і періоду виробництва; більша, ніж в інших галузях, обмеженість термінів зберігання продукції; вищі, ніж в інших галузях, затрати на зберігання продукції (відносно до вартості одиниці продукції); вища частота придбання продукції населенням (практично щоденно); життєва важливість продукції (необхідність щоденного споживання продуктів харчування); необхідність наявності спеціальної упаковки для зберігання й транспортування; вища, ніж в інших галузях, частка затрат на упаковку у вартості продукції; взаємозамінність різних видів продукції (із урахуванням можливостей покупців та енергетичної цінності продукції); транспортна здатність продуктів на основі біологічних процесів (внаслідок згодкування сільськогосподарським тваринам продуктів рослинництва можна одержати молоко, м'ясо та інші види продукції); один і той самий продукт може бути трансформований у різні види продукції; як правило, нижча, ніж в інших галузях, ціна реалізації одиниці маси продукції (1 т пшениці, борошна, молока і т.д.); різко виражена сезонність у реалізації продукції та ін.

З метою забезпечення ефективного розвитку агробізнесу необхідно професійно розрізнити всі галузеві особливості агропродукції та продовольства і враховувати їх у розподільчій діяльності підприємства. Отже, логістичне забезпечення розподілу сільськогосподарської продукції являє собою багатогранну підприємницьку діяльність, спрямовану на просування сільськогосподарської та харчової продукції, готової до споживання від товаровиробника до споживача. Вихідним пунктом цього руху є агротоваровиробник, а кінцевим — споживач. Процес товароруху продукції від поля, ферми та підприємства з переробки

сільськогосподарської продукції до споживача передбачає такі стадії: виробництво, зберігання, переробка, сортування, упаковка, транспортування, оптова та роздрібна торгівля.

Встановлено, що формування ринку агропродовольчої продукції у процесі трансформації супроводжувалося ціновим диспаратом і нерозвиненістю маркетингових мереж, які забезпечували б ефективне просування продукції за справедливих цінових співвідношень між усіма учасниками ринку.

Під дією ринкових чинників в Україні склалася така структура виробництва агропродукції, в якій корпоративні та індивідуальні господарства мають свої ніші. Зокрема, корпоративні господарства виробляють комерційно найпривабливіші та експортоорієнтовані види продукції, а індивідуальні, зокрема господарства населення, зорієнтовані на продовольче самозабезпечення та наповнення внутрішнього продовольчого ринку. При цьому в індивідуальному секторі загалом виробляють 60,1% валової продукції сільського господарства [2].

Трансформаційні процеси в аграрному секторі економіки певним чином вплинули на формування каналів розподілу сільськогосподарської продукції та продовольства [4]. Встановлено, що практично в усіх регіонах країни склалася несприятлива ситуація, через яку невеликим і середнім товаровиробникам досить складно пробитися зі своєю продукцією на ринки. Її збут істотно ускладнює експансія великих трейдерів, які дуже часто приходять з інших регіонів в області, де сформувався дисбаланс асортиментів місцевого виробництва продукції.

На основі проведеного опитування агротоваровиробників Білоцерківського, Васильківського, Тетіївського районів Київської обл. встановлено, що вони зазнають труднощів зі збутом своєї продукції. Щодо фермерських та особистих селянських господарств, на частку яких припадає більша частина виробництва молока, овочів, картоплі, то практично всі вони намагаються розв'язувати цю проблему через приєднання до вже наявних каналів розподілу.

Нині загалом сформувалася певна сукупність каналів розподілу, за якими вироблену в сільському господарстві продукцію доводять до споживачів. Водночас наявна сукупність каналів розподілу продукції сільського господарства у кожному регіоні країни являє собою систему найнижчого рівня, в якій окремі складові незначною мірою пов'язані і взаємодіють між собою [3]. Тому в масштабах регіонів зусилля, які докладано у кожному окремо взятому каналі розподілу до розвитку, не можуть бути ефективними через їхню роз'єднаність і відсутність відповідної координації. Отже, є необхідність комплексного розвитку каналів розподілу продукції сільського господарства в регіонах, розробленого на єдиній теоретико-методологічній основі в інтересах усіх учасників процесу.

Вважаємо, що традиційні функції розподільчої логістики в досліджуваній сфері мають бути вдосконалені завдяки наявності внутрігалузових особливостей розвитку, до яких належать такі: процес товароруху продукції агротоваровиробників, як правило, не обходиться без комерційних посередників, які виступають у ролі заготівельних, постачальницьких, торгових й інших підприємств та організацій; в організації товароруху агропродукції та продовольства значна роль відводиться сховищам (елеватори, овочесховища і т.д.), які є обов'язковими ланками практично будь-якого логістичного ланцюга; у сфері АПК найбільш імовірна кооперація товаровиробників і переробників агропродукції, що передбачає обов'язкове введення до логістичної системи розподілу переробних підприємств; організаційно-економічні, а часто й технічні труднощі виходу на ринок сільськогосподарської продукції дрібних та середніх товаровиробників зумовлюють необхідність організації мережі регіональних оптових ринків агропродукції та продовольства.

Встановлено, що нині мають місце різні підходи регіонів до розвитку системи розподілу агропродукції. Так, більшість регіонів країни дотримуються стратегії підтримки великих сільгоспвиробників, спроможних контролювати весь ланцюг руху товарів від поля до прилавка магазину. Органи влади прагнуть відродити затребувану споживачами схему «поле — прилавок», підтримуючи відкриття мережі магазинів з продукцією місцевих сільгоспвиробників і підприємств переробки. Така стратегія забезпечує економічний ефект і позитивно сприймається покупцями. Нині регіональні органи влади закликають місцевих підприємців і споживкооперацію зайняти втрачені свого часу ніші малих виробництв: глибокої заморозки продуктів рослинництва, сушіння фруктово-ягідної продукції, консервації плодів та овочів, соління, квашення й заготівлі.

Практика доводить, що в Україні можна вести успішний агробізнес, якщо його зробити інтегрованим, з цілковито замкнутим циклом. Такий підхід можна використати у виробництві молока, м'яса, овочів і фруктів, їх переробці, а також у створенні власної збутової мережі, доведенні продукту до споживача. Основою цієї стратегії можуть стати великі агропідприємства, навколо яких розвиватимуться невеликі господарства. За цим принципом у Київській області функціонує ТОВ «Агросвіт», діяльність якого підтверджує ефективність стратегічної установки, згідно з якою високої якості продукції вдається досягти на великих тваринницьких фермах.

Є намір розв'язати проблему вдосконалення системи розподілу продукції сільського господарства завдяки розвитку великих переробних підприємств із залученням коштів приватного бізнесу й за підтримки з боку регіональної влади. У межах одного з проектів передбачається будівництво пункту первинної переробки та зберігання овочів і фруктів за рахунок будівництва та ре-

конструкції розподільчого комплексу зі зберігання свіжих овочів в Ірпінському та Бориспільському районах.

Створення розгалуженої мережі агроспоживчих кооперативів — одне з головних завдань розвитку фермерства в регіоні, найважливіша умова його стабільного існування. Через кооператив фермери дістають можливість бути конкурентоспроможними, оскільки кооперація усуває посередника. Тільки через неї селяни можуть одержати швидкий та вигідний доступ до кредитних ресурсів, переробки, ринків збуту [4, 6]. Повноцінний розвиток агрокооперативів неможливий без державної підтримки, однак потрібно зробити все, щоб під виглядом кооперації не створювалися посередницькі структури.

У досліджуваній області стратегія формування каналів розподілу ґрунтується на підтримці й активізації діяльності фермерів зі створення маркетингових систем розподілу. Розвиваються приймальні пункти, засновані місцевими товаровиробниками, що об'єднуються у постачальницько-збутові кооперативи. У регіоні функціонує 21 сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, переробними підприємствами відкриваються приймальні пункти різного напрямку: молочно-овочівницького тощо. Завдяки організації кооперативів особисті селянські господарства зі своєю продукцією виходять безпосередньо на споживачів і протистоять монополії посередників.

Вважаємо, що нереалізованим каналом розподілу надлишків агропродукції від сільського

населення в нинішніх умовах є споживча кооперація. Позитивним моментом розвитку зазначеного напрямку реалізації є організація та проведення постійно діючих ярмарок у районах столиці, де пропонують усі види агропродукції високої якості. Перспективним напрямом розвитку споживчої кооперації є організація доставки сільгосппродукції безпосередньо додому споживачам за попередніми замовленнями за ціною, що нижче ринкової. Цей напрям набув розвитку в країнах ЄС.

Для розширення каналів реалізації агропродукції необхідно забезпечити взаємодію між агропідприємствами й великими торговельними мережами. У більшості роздрібних мереж сільськогосподарська продукція та продовольство місцевих товаровиробників представлені в обмеженому асортименті. Однак серйозною перешкодою для просування місцевої продукції залишаються вимоги великих торговельних мереж.

Останніми роками активно розвивається роздрібна торгівля у наближених до споживачів місцях, основу асортименту якої становить саме продукція місцевого виробництва. Така торгівля є вдалим розв'язанням проблеми, оскільки місцеві жителі одержують свіжі продукти за нижчими цінами, а виробники — активних покупців. Внаслідок цього нині у спальних районах формуються своєрідні міні-ринки з кількох кіосків на колесах, де можна придбати практично всі основні продукти харчування: молоко, хліб, ковбасні вироби, овочі.

Висновки

Необхідність розвитку маркетингових систем розподілу продукції сільського господарства зумовлена тим, що функціонування системи розподілу не можна визнати ефективним, оскільки воно не відповідає запитам та інтересам усіх учасників процесу виробництва, переробки, реалізації та споживання.

У досліджуваному регіоні доцільно створити оптимальну маркетингову систему розподілу

продукції сільського господарства, обираючи в кожному конкретному випадку оптимальний варіант каналу. Розв'язання цієї проблеми й усунення пов'язаних з нею можливих загроз сприятиме правильному вибору суб'єктами господарювання тієї концепції маркетингу, від якої залежить розробка відповідних стратегії й тактики, що можуть бути покладені в основу формування логістичних систем розподілу.

Бібліографія

1. Андрійчук В.Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва/В.Г. Андрійчук//Економіка АПК. — 2005. — № 5. — С. 52–63.
2. Гейць В.М. Новий курс: реформи в Україні 2010–2015. Національна доповідь/за заг. ред. В.М. Гейця та ін. — К.: НВЦ НБУВ, 2010. — 232 с.
3. Дудар Т.Г. Формування і розвиток системи реалізації молока та молокопродуктів: монографія/Т.Г. Дудар, Г.Т. Дудар. — Тернопіль: Економіч. думка, 2008. — 208 с.
4. Єрмаков О.Ю. Проблеми розвитку АПК на селі/О.Ю. Єрмаков//Економіка АПК. — 2006. — № 10. — С. 12–13.
5. Зіновчук В.В. Формування інфраструктури аграрного ринку на кооперативних засадах. Основні

напрями високоефективного розвитку переформованого агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі/В.В. Зіновчук. — К.: ННЦ ІАЕ, 2002. — 730 с.

6. Лупенко Ю.О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року/Ю.О. Лупенко, В.Я. Месель-Веселяк. — К.: ННЦ ІАЕ, 2012. — 182 с.

7. Малік М.Й. Проблемні питання розвитку кооперації та інтеграційних відносин в АПК/М.Й. Малік, Ю.Я. Лузан//Економіка АПК. — 2010. — № 3. — С. 3–7.

8. Шпичак О.М. Ціна і ціноутворення на агропродовольчу продукцію/О.М. Шпичак, С.А. Стасіневич, О.В. Боднар. — К.: ННЦ ІАЕ, 2009. — 238 с.