

УДК: 631.1:635.6

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНО-ЗБУТОВОГО ОБ'ЄДНАННЯ В ПЛОДООВОЧЕВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

*Шабля О.С. – к.е.н., Південна державна
сільськогосподарська дослідна станція ІВГПМ НААН*

Постановка проблеми. Загальновідомо, що Херсонщину в Україні та за її межами знають як область, де вирощують найкращі за якістю овочеві та баштанні культури. Далеко за межами області, на ринках України, Росії, Білорусії завжди можна купити херсонські кавуни або помідори, як гарант високоякісної продукції. Замість цивілізованого ринку збуту з чіткою та продуманою інфраструктурою має місце, стихійний ринок з елементами тіньової економіки. При цьому практично повністю відсутній контроль за якістю овоче-баштанної продукції. Непрогнозованість, стихійність виробництва овоче-баштанної продукції приводить до перенасичення ринку, зниження цін на товарну продукцію, а, відповідно, погіршення економічного стану товаровиробників.

Таким чином, для просування овоче-баштанної продукції як на внутрішній, так і на європейські ринки необхідно створити логістично-збутові об'єднання. Ідея яких полягає в організації складських приміщень

і раціональному використанні рефрижераторного залізничного, автомобільного транспорту, що дозволяє вирішити проблему транспортування продукції овочевих і баштанних культур, а також буде сприяти розвитку оптових плодоовочевих ринків на території України.

Стан вивчення проблеми. Створення розподільчих центрів (логістично-збутові об'єднання) оптової торгівлі дозволить сконцентрувати на одній території великі обсяги сільськогосподарської продукції, а наявність таких елементів інфраструктури ринку, як сховища, устаткування з переробки продукції, служби контролю за її якістю, митні служби, фінансові, страхові компанії або їхні відділення, транспортні підприємства, санітарні служби, будуть сприяти доведенню продукції до споживачів із найменшими витратами, пов'язаними з процесом товарообміну, комплексному вирішенню проблеми стійкого постачання населенню продукції сільського господарства, забезпеченню гарантії якості.

Завдання і методика досліджень. Завдання дослідження полягає у формуванні пропозицій ЛЗО, спрямованих на регіональні ринки, які відповідають особливостям просування продукції галузі, поведінці і уподобанням споживачів

Результати досліджень. Для того щоб зробити вигідним реалізацію овоче-баштанних культур для безпосередніх товаровиробників, запропоновано створити на Півдні України логістично-збутові об'єднання по реалізації баштанної продукції. Об'єднання беруть на себе виконання функцій із реалізації продукції виробників овоче-баштанних на внутрішньому і зовнішньому ринках України, укладаючи контракти з великими фірмами-заготівельниками і фірмами оптової та роздрібною торгівлі плодоовочевими культурами не тільки в Україні, а й з країнами близького і далекого зарубіжжя. Однак необхідно визначити економічну доцільність ство-

рення такої структури та з'ясувати: чи принесе її діяльність користь виробникам, насамперед у вигляді додаткового прибутку.

У цьому напрямі проведено порівняння функцій нині діючого на Півдні України каналу реалізації баштанних та ЛЗО, який консолідує маркетингові функції і діяльність усіх учасників процесу реалізації (табл. 1).

Таблиця 1 - Функції діючого каналу реалізації баштанних культур і ЛЗО

Діючий канал реалізації			ЛЗО		
Учасник збутового ланцюга	Функції маркетингу	Бал	Учасник збутового ланцюга	Функції маркетингу	Бал
Виробник	1. Виробництво	10	Виробник	1. Виробництво	10
	2. Зберігання	6		2. Ціноутворення	4
	3. Ціноутворення	4		3. Продаж	8
	5. Продаж	8			
Фірма посередник	5. Покупка	6	ЛЗО	4. Транспортування	7
	6. Транспортування	7		5. Зберігання	7
	7. Продаж	8		6. Кінцева доробка	6
Фірма заготівельник	8. Покупка	6		7. Сертифікація	6
	9. Зберігання	7		8. Укладання угоди	9
	10. Сертифікація	6		9. Оформлення документів	7
	11. Кінцева доробка	6			
	12. Укладання угоди	9		10. Доставка	6
	13. Продаж	8			
Фірма продавець	14. Покупка	6			
	15. Зберігання	7			
	16. Оформлення документів	7			
	17. Продаж	6			
Сума балів		177	Сума балів		70

$K = \text{Сума балів оцінки функцій ЛЗО} / \text{Суму балів існуючого каналу реалізації}$,

де: K – коефіцієнт скорочення дублювання функцій.

Таким чином, $K = 0,40$, тобто створений ЛЗО, надасть змогу уникнути виконання в процесі реалізації баштанних до кінцевого споживача певної частини функцій, що поклалися на фірми-посередники, заготівельників та продавців.

Структура ЛЗО за своїми функціональними можливостями забезпечить:

- транспортування овоче-баштанної продукції не тільки окремими вагонами (термосами, рефрижераторними секціями, секціями модульного виконання), але й спеціальними маршрутними потягами, що вдвічі скоротить час доставки продукції за призначенням;

- приймання рефрижераторних контейнерів з їх гарантованим поверненням і зворотним завантаженням товару, що значно підвищить ефективність їх експлуатації. У межах реалізації державної програми. Комплекс виконуватиме функції:

- тимчасового зберігання продовольчих та інших товарів народного споживання до постачання в торгівлю;

- експорт сільськогосподарської продукції у північні та західні регіони не тільки власного виробництва в обласному масштабі, але й в зворотному напрямку – перевірку продуктів харчування й інших товарів народного споживання на відповідність їх сучасним вимогам і чинним державним стандартам.

Для підвищення ефективності реалізації баштанних культур, як було зазначено вище, доцільно використати світовий і вітчизняний досвід при позиціонуванні та просуванні продукції на ринок за рахунок товарного знаку, торгової марки або бренду. Пропонуємо вирощену продукцію баштанних культур у Херсонській області об'єднати під торговельною маркою „Херсонський кавун”. Ефективність такого підходу очевидна – продукція, яка реалізується на ринках в інших регіонах України під цією маркою, майже не зазнаватиме впливу конкурентів, попит на неї менше залежить від коливання ціни, а отже, і реалізація продукції під своєю торговою маркою із зазначенням адреси і контактних даних господарства сприятиме збільшенню продажів і залученню нових клієнтів.

Важливо пам'ятати, що споживач обирає товар на основі свого власного сприйняття переваг пропонованої продукції. Торгова марка або логотип будуть лише тоді ефективні, коли споживач, на якого вони розраховані, добре зрозуміє зв'язок між цією властивістю та якістю товару.

Таким чином, вартість 1 упаковки баштанних разом із нанесенням логотипу становить 35 грн. Проте слід зазначити, що вартість упакованої продукції вища на сьогодні на 25-40%, а отже в упакованому піддоні з маркуванням місткістю 350 кг відповідно 0,10 грн. витрат припадає на рекламу 1 кг продукції баштанництва.

Перевезення баштанної продукції залізницею є найбільш вигідним як щодо поставки вантажу, так і разових обсягів за умови формування маршрутних вантажних потягів. Було використано комплекс прикладних програм „Deijkstra”. Результатом розрахунку є пропоновані логістичні маршрути транспортування продукції в центральні і східні регіони України і пропонуємо розмістити 15 оптових плодоовочевих ринків на вузлових станціях запропонованого транспортного коридору::

Маршрут №1: Південь – Львів

- оптові ринки: ст. Жмеренка (Вінницька обл.), ст. Гречанка (Хмельницька обл.), ст. Тернопіль-вантажна (Тернопільська обл.), ст. Підзамче (Львівська обл.)

Маршрут № 2 : Південь – Коростень

- оптові ринки: ст. Чорноліська (Кіровоградська обл.), ст. ім. Т.Г. Шевченка (Черкаська обл.), Київ – товарний (м. Київ), ст. Житомир, ст. Коростень-Житомирський (Житомирська обл.).

Маршрут № 3: Південь – Харків

- оптові ринки: ст. Мелітополь (Запорізька обл.), ст. Запоріжжя південна, ст. Сінельніково 1 (Дніпропетровська обл.), ст. Полтава-південна (м. Полтава.), ст. Основа (Харківська обл.).

Розрахунок економічної ефективності від реалізації проекту наведено в табл. 2.

Таблиця 2 - Економічна ефективність реалізації проекту створення ЛЗО

Показник	Од. виміру	Сума
Вартість продукції з навантажувально-розвантажувальними роботами	млн. грн.	249,3
Витрати на пакування та маркування продукції	млн. грн.	59,3
Витрати на сертифікацію продукції (15%)	млн. грн.	37,3
Витрати на транспортування продукції	млн. грн.	104,0
Адміністративні витрати	млн. грн.	1,0
Усього витрат	млн. грн.	450,9
Кількість реалізованої продукції	тис. т	588,0
Ціна реалізації 1 т	грн.	775,6
Виручка від реалізації,	млн. грн.	456,0
Чистий прибуток	млн. грн.	5,1
Рівень рентабельності	%	10,2

Розрахунки свідчать, що для перевезення запланованого обсягу вантажу (300 тис. т) по всіх маршрутах необхідно використати 46 рефрижераторних вагонів ВАТ «Укрзалізниця» відповідно з розрахунку 10 вагонів у кожному рухомому складі. Це свідчить про повну зайнятість транспортного коридору. За допомогою тарифів ВАТ «Укрзалізниця» розрахуємо вартість перевезення вантажу.

Результати розрахунку свідчать, що вартість перевезення всього обсягу вантажу згідно з визначеними маршрутами становить 104 млн. грн., або 0,18 грн. кг.

Висновки і пропозиції. Упровадження і реалізація запропонованих якісних і кількісних складових підвищення ефективності та результативності подальшої діяльності виробників матиме такі результати:

- ефект від створення ЛЗО продукції баштанництва є беззаперечним. Додатковий прибуток від реалізації баштанних у сумі 5,1 млн. грн. товаровиробники можуть спрямувати на вирішення низки економічних і соціальних питань на селі. Кінцевий споживач отримує екологічно-безпечну, свіжу продукцію за вигідними цінами. Відповідно ціна баштанних буде в межах 0,8 – 0,9 грн.;

- ЛЗО здійснюють постійний моніторинг і прогнозування ситуації на ринку баштанних культур, відповідне інформування товаровиробників про ситуацію на вітчизняному ринку;

- товаропотоки баштанних культур спрямовуються через прозорі елементи інфраструктури ринку; об'єктивність визначення ціни;

- завдяки функціонуванню ЛЗО створюються умови для рентабельної роботи товаровиробників, практично ліквідується посередницька ланка.

Перспектива подальших досліджень. Логістично-збутові об'єднання в агропромисловому комплексі покликані в першу чергу на протистояння безконтрольному поширенню непродуктивного торговельно-посередницького бізнесу, що негативно впливає на сільське господарство і тим самим сприяє відтоку фінансових ресурсів з агропромислового виробництва, тому подальші дослідження будуть направлені на можливість утворення нової організаційної структури сільського господарства, побудованої "знизу-вверх" на таких фундаментальних засадах ринкової економічної системи і демократичного суспільства, як роль індивідуального матеріального інтересу, реалізація можливості економічного вибору, розвиток здорової

конкуренції, обмеження державного втручання та усунення адміністративного регулювання в агропромисловому комплексі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лимар А. О. Маркетингові дослідження ринку баштанних культур / А.О. Лимар, І. О. Соловйов, О. С. Шапля // Економіка АПК. – 2003. – № 11.– С. 105 – 108
2. Писаренко В. В. Організаційно-економічні аспекти маркетингової діяльності. / В. В. Писаренко // Суми: «Університетська книга», 1999. – 71 с.
3. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.09.2007 р. № 1158 // Економіка АПК. – № 11. – 2007. – С. 3 – 58.
4. Маркетинг: Учебное пособие/Под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. – СПб: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2001. – 512 с.

УДК: 631.115.11: 338.43

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСНОГО СКОТАРСТВА У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

А.С. Мохненко – д.е.н., професор Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Виникнення і розвиток фермерства як організаційної форми господарювання в сільському господарстві України після проголошення її незалежності було швидше політичним, ніж економічним кроком. Для розвитку фермерства на той час не було жодної економічної програми і відповідних розрахунків. Фермери були кинуті напризволяще в хаотичному процесі становлення ринкової економіки в Україні. Потрібного економічного обґрунтування розвитку фермерства в державі немає і сьогодні, тому зараз дуже сповільнились темпи становлення фермерських господарств. В ряді регіонів спостерігається тенденція до зменшення кількості таких господарств за відсутності процесу концентрації, якого слід було б очікувати. Низький рівень ефективності господарювання у фермерських господарствах спонукує фермерів згортати деякі галузі сільського господарства, які здавна були традиційними навіть для просто сільського населення – свилярство, вівчарство і козівництво, особливо – молочне і м'ясне скотарство. Остання галузь у фермерських господарствах по досліджуваному регіону має високий потенціал для розвитку, а практика засвідчує навіть дещо вищу ефективність цієї галузі у фермерських господарствах порівняно з іншими формами організації виробництва. Однак ціла низка чинників негативно впливають на розкриття можливостей використання цього потенціалу.

На початкових стадіях формування фермерських господарств, їх розвиток характеризувався відмінними рисами, ніж у сучасних умовах. І результати їх діяльності були значно кращими, ніж є зараз. Фактично місце і роль будь-якої форми господарювання визначається цілим комплексом різноманітних показ-