ного управління аграрним підприємством та його підрозділами, організація економічної роботи, підвищення ефективності використання наявного ресурсного та науково-технічного потенціалу, поєднання тваринницької та рослинницької галузей, забезпечення якісними земельними ресурсами, запровадження інновацій, зниження собівартості продукції, використання науково обгрунтованого чергування вирощуваних культур і застосування диференційованої системи обробітку грунту на підставі біологічних особливостей сільськогосподарських культур, підвищення грунтової родючості і врожайності, розширення посівів сільськогосподарських культур за рахунок земель, які не використовуються, реконструкція і будівництво меліоративних систем, використання нових технологій глибокої і комплексної переробки продовольчої сировини, методів зберігання і транспортування, розвиток інтеграції та кооперації.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового підкомплексу: підручник. В. Г. Андрійчук. - К.: КНЕУ, 2013. - 779 с.

2. Основні напрями інвестування та інноваційного розвитку аграрних підприємств України: монографія / за заг. ред.. В. Г. Ткаченко. – Луганськ: Янтар, 2013. – 208 с.

3. Офіційний портал Державної служби статистики України. – режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

4. Официальный портал Головного управління статистики у Луганській області – режим доступу: http://lg.ukrstat.gov.ua.

5. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року /за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.

6. Сущность, роль и значение сельских домохозяйств в обеспечении продовольственной безопасности Украины : Монография / Под редакцией проф. В.Г. Ткаченко и проф. В.И. Богачева. – К.: Издательский дом «Виниченко», 2013. – 380 с.

Рецензент – д.е.н., професор Гончаров В.М.

УДК 658.84:637.5:637.1

СТАН ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА

Шульга Л.В., к.е.н., доцент; Загребельна І.Л., аспірант
Полтавська державна аграрна академія

Оцінено стан маркетингових каналів реалізації м'яса великої рогатої худоби та молока на регіональному рівні. Виявлено основні тенденції в структурі каналів реалізації продукції. Розглянуто динаміку цін та індексів цін на продукцію, визначено вплив якості на формування закупівельної ціни молока та м'яса великої рогатої худоби. Проаналізовано інфраструктуру ринку продукції скотарства та розроблено пропозиції щодо удосконалення маркетингу та підвищення якості продукції.

Reviewed by a state marketing distribution channels cattle meat and milk at the regional level. The basic trends in the structure of channel sales. We consider the dynamics of prices and price indices for production, the influence of money on the formation of the purchase price of milk and meat cattle. Analysis of market infrastructure Livestock Production and suggestions for the improvement of livestock marketing and improve product quality.

Постановка проблеми. Ринок продукції скотарства – одна з найважливіших складових продовольчого ринку. Пояснюється це передусім важливістю

молока і яловичини як незамінного продукту харчування, що традиційно споживається населенням нашої каїни. Завдяки сприятливим природним умовам виробництво продукції скотарства є одним з основних напрямів спеціалізації сільського господарства Полтавської області. Однак економічна нестабільність, відсутність дієвої аграрної політики, жорстка система оподаткування сільськогосподарських товаровиробників, диспаритет цін та низька платоспроможність населення зумовили різке погіршення на ринку продукції скотарства

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань пов'язаних із дослідженням сучасних проблем функціонування та розвитку ринку продукції скотарства знайшли відображення у працях таких науковців, як П.С Березівського, М.М. Ільчука, Н.В. Калінчика, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Рудого, П.Т. Саблука, П.І. Шарана, П.В. Щепієнка, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина та багатьох інших. Проте залишається актуальним дослідження стану та вибору найбільш ефективних каналів реалізації продукції скотарства.

Постановка завдання. Дослідити сучасний стан маркетингових каналів реалізації продукції скотарства та розробити пропозиції щодо їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідними умовами формування та розвитку аграрного ринку та його інфраструктури є фактична наявність продукції, її сертифікація та стандартизація, зосередження в певному місці у визначений час значної пропозиції й попиту. Сучасному агарному ринку притаманні зовсім інші властивості. Зокрема, він характеризується великою кількістю невеликих господарств населення, які стали основними виробниками продукції скотарства, незбалансованістю, низькою якістю продукції, відсутністю конкуренції в сфері переробки продукції й оптової торгівлі, проблемою заготівель.

В структурі загального товарообороту роздрібного продовольчого ринку частка посередницьких структур становить 90,0 %, і тому, індивідуальним товаровиробникам, які є власниками виробленої продукції, більше немає на ньому місця. Якщо ж власнику продукції вдалося потрапити на продовольчий ринок, то одержана ним виручка є значно меншою від суми виручки, яку отримає посередник. Оскільки у посередника є постійні покупці також він орієнтується на кон'юнктурних змінах, які відбуваються на даному сегменті ринку, і не залежить від фактора часу (може торгувати і наступного дня), а нереалізовану продукцію може реалізувати переробним підприємствам, з якими уклав угоду про надання агентських послуг із заготівлі продукції скотарства [3, с. 101].

Формування каналів просування молока до споживача характеризується великою кількістю ринкових агентів на первинному ринку, досить коротким терміном зберігання молочної сировини, розвитком локальних ринків виходячи з повсякденного характеру виробництва, переробки та реалізації [2, с. 57]. Динаміка зміни структури каналів реалізації молока в Полтавській області наведено в табл. 1.

Аналіз даних табл. 1 свідчить про збільшення обсягів реалізації молока в 2012 році, порівняно з 2000 роком, на 66,0 % (140,1 тис. т). Головним каналом реалізації молока для сільськогосподарських підприємств Полтавської області залишаються переробні підприємства, адже саме через цей канал у

2012 році реалізовувалось 333,2 тис. т продукції, що становить 94,5 % загального обсягу реалізації. Така тенденція пов'язана зі стабільністю даного каналу збуту та можливістю отримання дотацій, передбачених законодавством.

Таблиця 1

Динаміка обсягу та структура реалізації молока у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2000-2012 рр.

Показники	Роки								2012 р. (+;-) до 2000 р.
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Обсяг реалізації молока, тис. т	212,2	193,1	218,2	218,4	234,0	265,2	275,7	352,3	+140,1
Структура реалізації, %: переробним підприємствам	60,6	85,7	93,9	95,9	95,7	94,9	96,0	94,5	+33,9
населенню в рахунок оплати праці	5,9	0,9	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	-5,8
на ринку	26,1	3,4	1,0	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	-25,9
за іншими напрямами	7,4	10,0	4,7	3,4	3,7	4,6	3,6	5,2	-2,2

Джерело: за даними Головного управління статистики у Полтавській області [6]

Через свою відносно невелику кількість переробні підприємства мають сильну ринкову владу, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови закупівлі сільськогосподарської продукції. Тому, є підстави стверджувати, що продуктові ринки в Україні мають олігопсонічну будову (на окремих місцевих ринках навіть монопсонічну), за якої заготівельні й переробні підприємства мають можливість здійснювати у своїх інтересах цінову політику, домагатися вигідніших для себе й інших умов закупівлі сільськогосподарської продукції, вони зовсім не здійснюють або здійснюють незначні витрати при заміні одних продавців на інших [1, с. 350].

Сучасний стан ринку м'яса великої рогатої худоби характеризується досить повільним формуванням ринкової схеми просування продукції до споживача, яка була б здатна забезпечити скорочення її втрат, підвищити її якість та сприяти формуванню ринкових цін. Основним каналом реалізації м'яса великої рогатої худоби також являються переробні підприємства, однак їх частка в структурі значно менша порівняно з обсягами реалізації молока (табл. 2).

Відповідно до табл. 2 спостерігаємо, в 2012 році порівняно з 2000 роком, зростання питомої ваги переробних підприємств на 44,8 в.п. та підвищення реалізації м'яса великої рогатої худоби за іншими напрямами на 11,2 в.п., що пов'язано з пошуком виробниками нових каналів реалізації. Більшість продукції за даним каналом реалізації здійснювалося через посередницькі структури, оскільки саме тут спостерігалася найвища ціна реалізації м'яса великої рогатої худоби. Реалізація продукції через посередницькі структури з одного боку забезпечує отримання більшої виручки, а з іншої – зменшує витрати підприємства на транспортування худоби, що в свою чергу підвищує її прибутковість.

Таблиця 2

Динаміка обсягу та структура реалізації м'яса великої рогатої худоби у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2000–2012 рр.

Показники	Роки								2012 р. (+;-) до 2000 р.
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Обсяг реалізації м'яса великої рогатої худоби, тис. т	29,5	19,8	20,8	16,7	16,3	23,0	15,6	17,7	-11,8
Структура реалізації, %: переробним підприємствам	25,1	42,6	54,8	62,8	58,8	52,1	66,9	69,9	+44,8
населенню в рахунок оплати праці	29,7	10,8	5,6	4,8	4,4	3,5	2,4	1,9	-27,8
на ринку	37,2	21,1	14,0	12,3	13,5	11,2	11,2	9,0	-28,2
за іншими напрямами	8,0	25,5	25,6	20,1	23,3	33,2	19,5	19,2	+11,2

Джерело: за даними Головного управління статистики у Полтавській області [6]

Маркетингові дослідження показують, що нестабільна цінова ситуація на ринку продукції великої рогатої худоби ставить у скрутне становище товаровиробників, які не можуть прогнозувати ціну на продукцію, оскільки не існує відповідних систем підтримки їхньої діяльності (рис. 1).

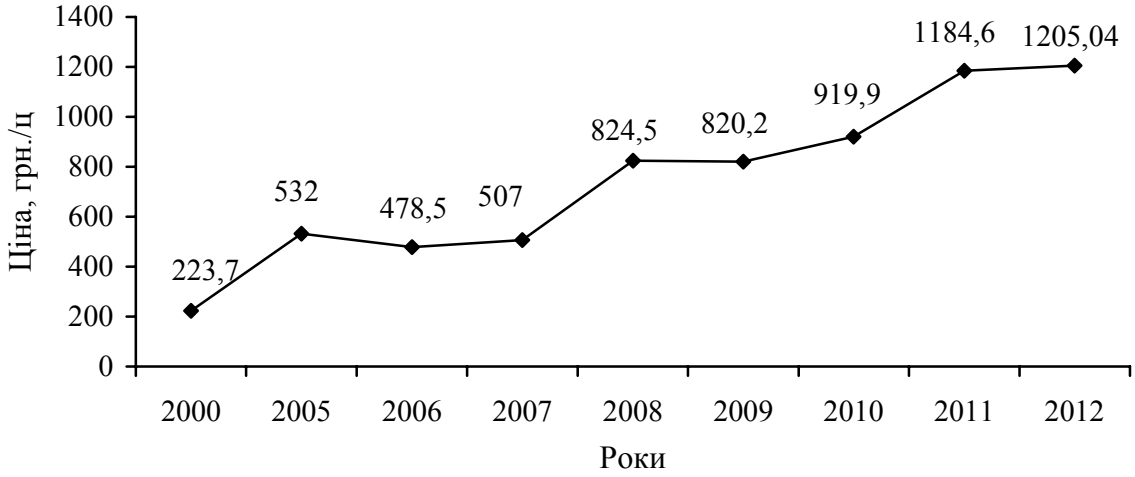

Рис. 1. Ціна реалізації м'яса великої рогатої худоби в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2000-2012 рр.

Джерело: за даними Головного управління статистики у Полтавській області [6]

Дані відображені на рис. 1 мають нестабільний характер, однак в цілому спостерігається тенденція до зростання. Зокрема, середня ціна реалізації в 2012 році становила 1205,04 грн./ц проти 223,7 грн./ц в 2000 році. Але дане підвищення ціни на продукцію не покриває підвищення цін на корми та іншу продукцію, необхідну для виробництва.

Відповідно до чинного законодавства закупівельні ціни на тваринницьку продукцію формуються у вільному режимі, тобто визначаються суб'єктами господарювання (продавець-покупець) самостійно, за згодою сторін. Проблема використання мінімально допустимого рівня цін при закупівлі тваринницької продукції суперечить цілій низці законодавчих актів, насамперед Цивільному кодексу.

Згадка про так звані мінімальні ціни на молоко є в двох законах «Про державну підтримку сільськогосподарського виробництва в Україні» та «Про молоко та молочні продукти». Трактування поняття «мінімальна ціна на молоко» в цих законах суперечить одне одному. Якщо в Законі «Про молоко та молочні продукти» «мінімальну ціну» визначено як таку, що має відшкодовувати середньогалузеві нормативні витрати та забезпечувати мінімальний прибуток товаровиробникові, то в Законі Про державну підтримку сільськогосподарського виробництва в Україні «мінімально допустимий рівень цін на продукцію тваринництва використовується як база для розрахунку дотацій, а також для розрахунку ціни при закупівлі продукції тваринництва безпосередньо у виробника» [5, с. 110].

Динаміка зміни цін та індексів цін на молоко та молочну продукцію в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за досліджуваний період відображено на рис. 2.

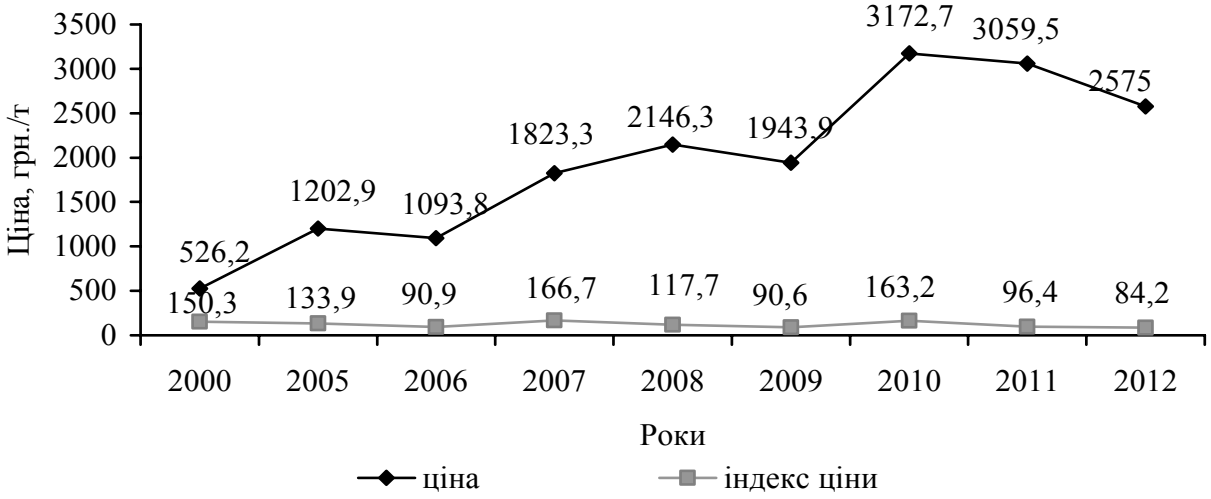

Рис. 2. Динаміка ціни та індексів цін на молоко в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, грн./т, 2000-2012 рр.

Джерело: за даними Головного управління статистики у Полтавській області [6]

Аналіз рис. 2 свідчить про тенденцію до зростання середніх цін реалізації молока в 2012 році, порівняно з 2000 роком, на 2048,8 грн./т або у 4,9 разів. Індекс цін не має певної тенденції, і в 2012 році становить 84,2, що на 1,8 рази менше порівняно з 2000 роком. Значний вплив на підвищення ціни здійснює як дефіцит сировини, так і конкуренція на ринку посередницьких структур. Найвищий рівень цін на молоко та молочну продукцію спостерігається в 2010 році і становить 3172,7 грн./т, що на 234,0 грн. вище, ніж ціна в 2010 році в середньому по Україні.

Ціна на продукцію формується в залежності від якісних характеристик. Так, за якісну продукцію встановлено надбавки: за молоко вищого ґатунку – 15,0 % до закупівельної ціни молока першого ґатунку; за термостійке молоко – 5,0 % до закупівельної ціни на молоко вищого і першого ґатунку. Разом з тим, на молоко другого ґатунку встановлена знижка 10,0 %, а негатункове молоко закуповується підприємствами за ціною договору. Тому, молокоздавачі повинні отримувати від заготівельних організацій дані про показники

якості молока, адже від цього залежить ціна молока. При закупівлі молока без визначення його якісних показників передбачено прийом сировини від товаровиробників другим ґатунком, а це на 10,0 % менше молока першого ґатунку з врахуванням фактичної масової частки жиру та білка.

Відповідно до Державного стандарту України (ДСТУ 3662-97) «Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі» оцінка молока здійснюється за вмістом у молоці жиру та білка у співвідношенні 40:60 %, базисні норми вмісту жиру та білка прийняті в Україні на рівні 3,4 % та 3,0 % відповідно. Підвищити білковість молока можна шляхом введення в раціон годівлі дорогих білкових компонентів: – шротів, бобових, преміксів, вітамінів тощо.

Якість молока оцінюється не лише за вмістом жиру та білка, а й за кількістю соматичних клітин, яка в 1 кубічному сантиметрі молока вищого ґатунку не повинна перевищувати 300 тис. Наявність соматичних клітин призводить до послаблення діяльності молочнокислих бактерій та ферментів при виробленні кисломолочних продуктів і сирів. Молоко з високим вмістом соматичних клітин не придатне для сироваріння.

Якість молока та м'яса великої рогатої худоби залежить від кормового раціону худоби та технологій виробництва продукції, що використовуються на підприємстві. Тому, доцільно не лише збільшувати кількість кормів, а й постійно покращувати їх якість. Зокрема, в Німеччині й Голландії чимало кормових буряків згодовують високопродуктивним коровам. До раціону входять 10 кг кукурудзяного силосу, досхочу сінажу й близько 30 кг буряків. За такого раціону в середньому за стійловий період від корови надоюють по 26 кг молока жирністю 3,8 % із вмістом білка 3,26 %. Вважається за доцільним обмежувати концентрати до 4 кг в день. Також помірне використання кількості зернових (3-4 кг) значно знижує кількість випадків порушення обміну речовин, покращується відтворення. При стійловій годівлі корів зеленими кормами підвищенню білка в молоці сприяє: зелена маса, кукурудза, жито й ботвина цукрових буряків.

Важливим чинником забезпечення виробництва продукції скотарства є використання племінного потенціалу худоби. Адже племінна худоба дає можливість підвищити показники економічної ефективності через більш повне використання генетичного потенціалу продуктивності наявних порід.

На сьогодні в Україні найбільш поширена порода корів «чорна ряба», яка здатна дати 5 т молока на рік. Для більшої продуктивності слід закуповувати якісний генетичний матеріал закордоном. Але закуповувати готових нетелей проблематично, потрібно купувати великі партії, а це значні фінансові витрати, і далеко не кожне господарство може це дозволити собі, тому деякі обирають інший шлях і закуповують лише сперму. Так, у 2009 році імпорт племінних тварин склав близько 1,9 тис. голів, а у 2010 році – 1,5 тис. голів.

Ефективним способом поліпшення генофонду повинно стати використання ембріонів високопродуктивних порід великої рогатої худоби з країн Північної Америки та Європи. Теля закордонного походження, закладене спеціалістами біоцентру і народжене сурогатною матір'ю, обійдеться замовнику приблизно у 300 доларів, тоді як імпорт живих нетелів коштує в 10-15 разів

дорожче. Однак, ці пропозиції не знаходять достатньої підтримки у державі.

Значний вплив на продуктивність корів здійснює час запліднення, адже як раннє, так і пізнє запліднення телиць негативно впливає на майбутню продуктивність корів. Осіменіння ремонтних телиць рекомендовано проводити у 16-18-місячному віці, коли їх жива вага становить 65-70 % маси дорослих корів відповідної породи. Осіменіння телиць у цьому віці сприяє економії кормів, прискоренню обороту стада, продовженню строку продуктивного використання маточного поголів'я тощо.

Отже, удосконалення технології виробництва продукції скотарства дасть можливість покращити якість, збільшити обсяги виробництва та підвищити ціну реалізації продукції скотарства.

Висновки. Більшість продукції скотарства, що виробляється сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області реалізовувалося на переробні підприємства та через посередницькі структури, що вплинуло на зниження ефективності виробництва. Підвищити ефективність реалізації продукції скотарства можливо за рахунок зменшення посередницьких ланок, тобто реалізація безпосередньо кінцевому споживачу. Уникнення посередницьких структур дозволить підприємствам отримати додатковий дохід та відповідно додатковий прибуток, як джерело фінансового розвитку. Ефективним є реалізація продукції скотарства через роздрібні канали, проте вона можлива переважно у великих населених пунктах, на транспортних магістралях, у місцях періодичного скупчення населення. Тому, для підприємств, які не мають змоги реалізовувати продукцію безпосередньо на роздрібних ринках доцільно реалізовувати продукцію через оптові ринки.

Список використаних джерел:

1. Довгалюк В.О. Формування та розвиток сільськогосподарського ринку України / В.О. Довгалюк, Т.В.Пензева // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2006. – № 5. – С. 348-351.

2. Камілова С.Р. Розвиток ринкових каналів збуту молока сільськогосподарськими товаровиробниками в Україні / С.Р. Камілова // Агроінком. – 2002. – № 8-9. – С. 57-59.

3. Копитець Н.Г. Розвиток інфраструктури аграрного ринку – необхідна передумова збуту продукції. / Н.Г. Копитець, І.С. Стасевіч // Мясной бизнес. – 2007. – № 12. – С. 100-102.

4. Прилуцький А.М. Методологічні аспекти формування аграрного ринку / А.М. Прилуцький // Економіка АПК. – 2012. – № 2. – С. 152-158.

5. Свиноус І.В. Переваги і недоліки державної підтримки виробництва молока на великотоварних сільськогосподарських підприємствах / І.В. Свиноус // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 5. – С. 109-112.

6. Статистичний щорічник Полтавської області за 2012 рік / за ред. Л.М. Безхлібняк. Полтава: Головне упр. стат. у Полт. обл., 2013. – 421 с.

Рецензент – д.е.н., професор Макаренко П.М.