



УДК 351:338.439.02

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Студ. В.В. Кислинський
Наук. керівник Н.Б. Кузнецова
Черкаський державний бізнес-коледж

Сьогодні залишається актуальною проблема вибору ефективних напрямів збуту сільськогосподарської продукції, визначення оптимального рівня, засобів її розподілу на основі гармонійного поєднання виробничого процесу, ринкового механізму та держави, що є запорукою успішного функціонування сільського господарства на всіх рівнях.

В процесі розвитку економічних відносин окремі форми збуту сільськогосподарської продукції стають неефективними внаслідок їх недосконалості. Це потребує запровадження нових механізмів просування та збуту продукції сільського господарства на ринку.

Значення кожної з форм просування продукції визначається її економічним змістом, організаційно-економічними умовами розподілу, виробничо-економічними взаємозв'язками, а також місцем, яке посідає товар на аграрному ринку.

Необхідно зазначити, що збутову політику підприємства доцільно розглядати як цілісну систему виробництва продукції, що має на меті організацію руху товарів до кінцевого споживача.

Сьогодні, найефективнішою формою організації розподілу виготовленої продукції є збутова логістика, що дає можливість розробляти раціональні канали товароруку. Саме цей вид логістики охоплює весь ланцюг розподілу виготовленої продукції: маркетинг, транспортування, комплектування, пакування, складування та ін. Такий підхід можливий до застосування і в сільському господарстві.

Тому вважаємо, що одним із ефективніших шляхів удосконалення збутової діяльності сільськогосподарських підприємств є включення маркетингу в її збутову логістику. Саму концепцію маркетингу, з точки зору логістичного підходу, потрібно розглядати як функціональну діяльність спеціалізованої служби з вивчення ринку збуту виготовленої сільськогосподарської продукції, розробки цін на неї, складання прейскурантів, організації реклами. Якщо маркетинг займається виявленням і стимулюванням попиту, то логістика повинна задовольнити цей попит із мінімальними затратами. Головну роль при цьому відіграє вирішення завдання з ефективної організації каналів розподілу.

У структурі каналів збуту сільськогосподарської продукції одним із нових елементів просування продукції є оптові продовольчі ринки (в т.ч. фермерські), що покликані забезпечити динамічну рівновагу попиту і пропозиції, активізацію ринкових механізмів оптової торгівлі, стимулювання процесу кооперації та консолідації товаровиробників (фермерів), створення доцільної системи збуту агропродукції, формуванню вільного ціноутворення тощо. Така форма збуту сприятиме розв'язанню проблеми відповідності стандартів та сертифікації якості продукції до світових норм. Також вважаємо, що оптові (фермерські) ринки носять особливий характер організації збуту продукції, оскільки з їх допомогою формується механізм ціноутворення, а це є своєрідним орієнтиром, базовою моделлю, за допомогою якої визначатимуться прогнози ціни на сільськогосподарську продукцію у майбутньому.

Також у підвищенні ефективності збутової політики сільськогосподарських підприємств важливу роль відіграють заготівельно-збутові кооперативи, товарні біржі, продажі за допомогою Інтернет, віртуальні аграрні ринки та Інтернет-майданчики для укладання угод купівлі-продажу сільськогосподарської продукції, спільна збутова діяльність на засадах аутсорсингу.

Таким чином, запровадження елементів маркетингу у систему збутової логістики сільськогосподарських підприємств та використання сучасних форм каналів збуту продукції, сприятиме збільшенню обсягів реалізації, а отже і прибутку.