

Нагорна Т.М.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПЛАНУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

В умовах застосування маркетингу система збуту продукції припускає використання такої стратегії, яка передбачає вибір економічно ефективних каналів просування продукції, а також безпосередній її розподіл. Останнім часом ланцюжки просування сільськогосподарської продукції і продовольства від виробника до споживача зазнали деякої зміни. Вибір каналу збуту – це перше рішення, що приймається службою аграрного маркетингу. Вибір робиться між прямими і каналами, що включають проміжні ланки, такі як роздрібна і оптова торгівля.

Прямий канал реалізації представляє переміщення продукції від виробника до споживача без використання незалежних посередників, що характерний для реалізації сільськогосподарської продукції через власні торгові точки, дитячим, лікувальним установам, у порядку оплати праці – робітникам і службовцям власного підприємства, а також як пропозиція виробниками населенню через «самозбирання» (овочів, картоплі) та через власні магазини [1, с. 369]. Таким способом реалізується 15% продукції СТОВ «Світанок», з якої підприємство майже не отримує прибутку. Перевагами прямого каналу є те, що виробник дістає можливість досконаліше вивчити ринок збуту своєї продукції, запити безпосередніх споживачів, а також приймати негайні заходи з поліпшення якості продукції, швидко реалізувати невеликі партії продукції.

Непрямі канали реалізації пов'язані з переміщенням продукції від виробника до незалежного учасника (або учасників) руху товару і лише після цього до споживача. Оптові посередники купують сільськогосподарську продукцію і збувають її без змін, або з деякими змінами (фасуванням овочів, картоплі, охолодженням молока) продавцям, перш за все роздрібною торгівлю, переробним підприємствам, підприємствам громадського харчування і іншим організаціям. Використовуючи непрямі канали реалізації, СТОВ «Світанок» збуває 85% продукції та отримує значні прибутки від збуту.

Основна маса сільськогосподарської продукції, перш ніж потрапити до кінцевого споживача, проходить через ланку оптової торгівлі. Тому організація оптових ринків або використання можливостей тих, що існують, має велике значення у процесі реалізації продукції [2, с. 297]. Становлення оптового ринку сільськогосподарської продукції вимагає достатньої кількості продукції, придатної для реалізації (тобто достатньої кількості продавців), а також

достатньої кількості покупців, що можливо при розвитку виробництва сільськогосподарської продукції не тільки у великих інтегрованих формуваннях, таких як агрофірми, агропромислові асоціації, але і селянських господарствах, та за умови наявності достатньої кількості торговельно-закупівельних кооперативів, фірм, об'єднань і підприємств по зберіганню, переробці, реалізації продукції.

Виробники, які вдаються до послуг посередників, отримують певні вигоди. Звернення до посередників пояснюється їх неперевершеною ефективністю в доведенні товару до цільових ринків. Завдяки своїм контактам, досвіду, спеціалізації і розмаху діяльності посередники зазвичай приносять виробникам більший прибуток ніж той, що вони здатні отримати самостійно [3, с. 226].

Роль каналу розподілу залежить від переміщення товарів – від виробників до споживачів. Завдяки ним усуваються розриви у часі, місці й праві власності, що відокремлюють товари від тих, хто може ними скористатися.

Ефективність збуту безпосередньо залежить від якості продукції. Тому потрібні різні заходи щодо її поліпшення. Якість продукції залежить від багатьох чинників, насамперед від використовуваних виробничих ресурсів – земельних, матеріальних та трудових. У сільському господарстві земля – головний засіб виробництва. Тому якість рослинницької продукції напряму залежить від добрив, які вносять при обробітці ґрунту.

Не менше значення мають якісні характеристики основних та оборотних засобів. Використання насіння високих посівних кондицій безпосередньо впливає на якість врожаю. Надійна, високопродуктивна техніка дозволяє своєчасно та в оптимальні терміни провести всі агротехнічні заходи, а отже, підвищити якість продукції.

Багато залежить і від якісного складу трудових ресурсів. Кваліфікація працівників значною мірою визначає, наскільки повно буде дотримано вимоги технологій. Механізатор першого класу, зазвичай, виконує сільськогосподарські роботи набагато краще, ніж тракторист третього класу. Це в кінцевому підсумку відображується на якості виробленої продукції. Втім, у сучасних економічних умовах якість виконаних робіт більшою мірою залежить від матеріального стимулювання.

Якість сільськогосподарської продукції значною мірою визначається сортовими особливостями рослин, породами худоби і кросами птиці.

Не слід забувати та не враховувати і важливість системного внесення добрив. Для кожного виду рослин існують оптимальні дози внесення мінеральних добрив, щоб забезпечити отримання максимального врожаю високої якості. Внесення їх у вищих дозах не підвищує врожайність, а знижує

якість продукції, причому у плодах і овочах знижується зміст розчинних сухих речовин, а у картоплі – крохмалю, підвищується рівень зараження їх хворобами.

Управління якістю продукції має бути системним, тобто входити в певну організаційну структуру, пов'язану з маркетингом. Поліпшення якості вимагає певних витрат, але де вони, зазвичай, окупляються [4, с. 121].

Література:

1. Чуєв І.Н. Економіка підприємства: Навч. посібник / І.Н. Чуєв, О.Н. Чечевицина. – М.: Дашкова, 2008 – 416с.
2. Хитер Кен. Економіка деяких галузей і фірм: Навчальний посібник для вузів / К. Хитер. – М.: Фінанси і статистика, 2004 – 480 с.
3. Семенов Г.А. Організація і планування на підприємстві: Навч. посібник/ Г.А. Семенов, В.К. Станчевский, М.О. Панкова – Д.: ЦНЛ, 2006 – 528 с.
4. Управление качеством / Е.И.Семенова, В.Д. Коротнев, А.В. Пошатаев и др.; Под ред. Е.И.Семеновой. – М.: Колос, 2005. – 184 с.