

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ШАРАПА ОЛЬГА МИКОЛАЇВНА

УДК 658.82:631.11

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Біла Церква – 2015

Дисертацією є рукопис

Робота виконана в Національному науковому центрі «Інститут аграрної економіки» Національної академії аграрних наук України

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
РОССОХА Володимир Васильович,
Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»,
головний науковий співробітник відділу
проблем галузевого і територіального управління

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
ОХРИМЕНКО Ігор Віталійович,
Київський кооперативний інститут
бізнесу і права,
проректор з навчальної роботи

доктор економічних наук, доцент
НІЦЕНКО Віталій Сергійович
Одеський національний університет
ім. І.І Мечнікова,
доцент кафедри бухгалтерського обліку,
аналізу і аудиту

Захист дисертації відбудеться “ 15 ” січня 2016 р. о 12-00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 27.821.03 в Білоцерківському національному аграрному університеті за адресою: 09117 Київська обл., м. Біла Церква, пл. Соборна, 8/1, конференц-зала.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Білоцерківського національного аграрного університету (09117 Київська обл., м. Біла Церква, пл. Соборна, 8/1).

Автореферат розісланий “ 14 ” грудня 2015 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



І.М. Паска

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток ринкових відносин, глобалізація економіки, вступ до Світової організації торгівлі, набуття Україною статусу асоційованого члена ЄС суттєво вплинули на функціонування і розвиток сільськогосподарського виробництва, формування збутової політики для організації збутової діяльності підприємств і гарантування збуту сільськогосподарської продукції. Ефективність збутової політики базується на адаптації підприємств до мінливих умов макро- та мікросередовища, врахуванні критеріїв кон'юнктури ринку, конкуренції, визначеності ринкового середовища. Важливого значення набуває впровадження нових управлінських підходів, які поширюються на весь спектр діяльності сільськогосподарських підприємств, особливо організації виробництва і збуту. Для забезпечення збуту своєї продукції сільськогосподарським товаровиробникам слід використовувати сучасні інструменти маркетингу, визначати канали збуту та його учасників, розробляти ефективну комунікаційну політику, здійснювати постійні маркетингові дослідження ринків, об'єктивно оцінювати збутовий потенціал та пристосовувати його до мінливих умов ринку.

Водночас перед сільськогосподарськими товаровиробниками відкрилися значні можливості вибору форм господарювання, напрямів спеціалізації, диверсифікації, масштабів виробництва, каналів реалізації продукції, джерел фінансування та інформації. Проблемою для більшості сільськогосподарських підприємств залишається несформованість збутової політики, у зв'язку з чим залишається низьким рівень організації збутової діяльності, розвитку системи збуту продукції, що негативно позначається на кон'юктурі ринку продовольства та прибутковості господарювання.

Теоретичним і методичним аспектам формування збутової політики присвятили свої наукові праці А.В. Балабаниць, Л.В. Балабанова, О.М. Варченко, С.М. Кваша, М.Ф. Кропивко, Я.С. Ларіна, М.Й. Малік, В.Я. Месель-Веселяк, В.С. Ніценко, В.М. Онегіна, І.І. Охріменко, І.М. Паска, В.В. Россоха, П.Т. Саблук, О.М Шпичак та ін. Серед зарубіжних вчених цю проблему розглядають І. Ансофф, Г.Дж. Болт, Ф. Букерель, О.В. Волков, А. Дейян, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Р. Ланкар, Е. Майер, М. Мескон, В. Мюллер, М. Портер та ін. Проте на сучасному етапі розвитку збутової політики сільськогосподарських підприємств не всі аспекти проблеми збуту продукції опрацьовані й належним чином вирішені. Низка теоретичних і прикладних завдань збуту сільгосппродукції потребує подальшого дослідження.

Зокрема, це стосується методичних підходів до визначення потреб споживачів з урахуванням їх платоспроможності, конкурентоспроможності продукції, не повною мірою задіяних переваг інтегрованих об'єднань сільськогосподарських товаровиробників на засадах кооперації, корпоратизації і кластерних утворень. Потребує подальшого дослідження низка проблем збуту сільськогосподарської продукції як в теоретичній, так і в практичній площині. Існує потреба у розробленні нових й удосконаленні існуючих методичних підходів до формування ефективної збутової політики сільськогосподарських

підприємств. Вимагають удосконалення діяльності державні інституції і ринкові механізми збуту продукції сільгоспідприємств, зокрема, ціновий, інфраструктурний, розподільчий, фінансовий, саморегулювання, державної підтримки, еквівалентності обміну, інноваційного забезпечення тощо.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до реалізації положень Законів України «Про державну підтримку сільського господарства України» (2004 р.), «Про зерно та ринок зерна в Україні» (2002 р.), «Про державно-приватне партнерство» (2010 р.), «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» (2009 р.), «Про безпечність та якість харчових продуктів» (1997 р.), «Про об'єднання громадян» (1992 р.); програми «Зерно України – 2015», Державної цільової програми розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; плану науково-дослідних робіт відділу проблем територіального і галузевого управління Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» на період 2011–2015 рр. за темою: «Розробити теоретичні і методологічні засади кластерної організації та управління розвитком агропромислового виробництва і сільських територій в умовах самоврядування» (номер державної реєстрації 0114U003210), де дисертантом запропоновано модель взаємодії сільськогосподарських підприємств й обґрунтовано необхідність і доцільність створення продуктових кластерних формувань товаровиробників в аграрному секторі економіки.

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційного дослідження є розроблення теоретичних і прикладних засад та особливостей формування збутової політики сільськогосподарських підприємств. Відповідно до поставленої мети в роботі вирішувались такі задачі:

- з'ясувати сутність категорії «збутова політика сільськогосподарського підприємства», проаналізувати теоретичне підґрунтя формування і реалізації політики збуту сільськогосподарської продукції та основні положення стосовно розроблення збутової політики сільгоспідприємств;
- розробити механізм формування збутової політики сільськогосподарських підприємств;
- опрацювати систему показників оцінювання ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств;
- обґрунтувати фактори внутрішнього і зовнішнього середовища й запропонувати методичний підхід щодо вибору пріоритетного напрямку формування збутової політики сільськогосподарських підприємств;
- встановити тенденції виробництва і збуту сільськогосподарської продукції та ефективності збутової діяльності в сільськогосподарських підприємствах;
- визначити роль державних інституцій у формуванні збутової політики сільськогосподарських підприємств;
- сформулювати концептуальні засади підвищення ефективності збутової політики сільськогосподарських підприємств;

– розробити методику визначення структури й рівня трансакційних витрат збутової діяльності сільськогосподарського підприємства;

– запропонувати напрями формування збутової політики суб'єктів господарювання в умовах розвитку євроінтеграційних процесів.

Об'єктом дослідження є збутова політика сільськогосподарських підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади формування збутової політики в сільськогосподарських підприємствах.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань і досягнення мети дослідження в роботі використано сукупність економічних методів та методик. Достовірність та обґрунтованість дослідження забезпечило використання методів логічного узагальнення (при встановленні організаційних, економічних та інституційних засад ефективного управління збутовою діяльністю), порівняльного, графічного і статистичного аналізу (при узагальненні досвіду формування збутової політики), наукової абстракції (при проведенні класифікації збутових стратегій, вивченні факторів впливу на збутову діяльність підприємств).

Методологічною і теоретичною основою дослідження є діалектичний метод пізнання та системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів. Для вирішення поставлених завдань були використані загальнонаукові та прикладні методи дослідження: *системний* – для визначення структури збутової політики підприємства-виробника, побудови класифікаційної системи форм та методів збуту; *статистичного аналізу* – для дослідження розвитку сільського господарства та чинників формування збутової політики; *табличний і графічний методи* – для встановлення динамічних змін обсягів випуску й реалізації продукції, наочного зображення процесу формування системи збуту підприємства; *економіко-статистичного аналізу* – для вивчення та інтерпретації даних при дослідженні збутової діяльності підприємств; *порівняльного аналізу* – для співставлення цінових, податкових та ін. умов господарювання; *проблемно-орієнтований* – для обґрунтування чинників та напрямів підвищення ефективності збутової політики підприємств.

Інформаційними джерелами дослідження слугували зібрані, оброблені та узагальнені дані літературних джерел, одержані в результаті особистих досліджень здобувача матеріали щодо стану збутової політики підприємств сільського господарства України, офіційні дані Державної служби статистики України, законодавчо-нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, аналітично-оглядові й науково-методичні публікації і практичні рекомендації із зазначеної проблеми, висвітлені у звітах і періодичній пресі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у здійсненні комплексного обґрунтування теоретичних положень, визначенні суспільно-соціальних та організаційно-економічних закономірностей і особливостей формування й розвитку збутової політики сільськогосподарських підприємств, у результаті якого отримано наступні наукові положення:

вперше:

запропоновано механізм формування збутової політики виробників товарної сільськогосподарської продукції на засадах використання правових, інституційних, адміністративних та економічних регуляторів з урахуванням факторів ризику (невизначеність ринкового середовища, недосконалість нормативно-правової бази щодо функціонування і розвитку аграрного сектору економіки, податкової і фінансово-кредитної системи) шляхом безпосереднього збуту або участі у збутовому сільськогосподарському кооперативі;

удосконалено:

систему показників оцінювання ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств, що на відміну від існуючих, включає критерії оцінювання ефективності збуту на основі коефіцієнтів контрактації продукції до початку продажу, цінової конкурентоспроможності продукції, коефіцієнт продажу продукції в умовах формування найвищої ринкової ціни, співвідношення ціни і якості продукції;

методичний підхід до аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, що на відміну від існуючих включає економічні, політико-правові, науково-технічні, соціально-демографічні, природно-екологічні чинники, а також попит, конкуренцію, купівельну спроможність населення для обґрунтування пріоритетного напрямку формування збутової політики і системи збуту сільськогосподарських підприємств;

інтегровану систему просування продукції на засадах логістичного менеджменту, основу якої становить взаємодія товаровиробників з контрагентами ринку на всіх етапах життєвого циклу товару, що на відміну від існуючих базується на принципах кооперативної логістики;

набули подальшого розвитку:

визначення категорії «збутова політика сільськогосподарського підприємства», що враховує контрактні відносини, регіональні потреби в сільськогосподарській продукції, купівельну спроможність населення, інфраструктуру ринку, конкурентоспроможність продукції, розвиток інтеграційних зв'язків між суб'єктами ринку, процес входження України у світогосподарську економічну систему й передбачає формування комплексу дій і концентрацію зусиль, спрямованих на реалізацію виробленої продукції для здійснення процесів розподілу, обміну, споживання й відтворення виробництва;

маркетингова концепція і маркетинговий інструментарій для сільськогосподарських підприємств, що включають рівень забезпеченості підприємств складськими потужностями, а також спеціалізацію, концентрацію, диверсифікацію і масштаб виробництва, залежність галузі від природно-кліматичних умов, технологій виробництва і збуту продукції;

формування об'єднання товаровиробників на кластерних засадах, що передбачає організацію цілісної інтегрованої системи, в якій взаємодіють сільськогосподарські, заготівельні, переробні, агросервісні й торговельні підприємства для здійснення єдиного циклу виробничої, збутової, логістичної та інших видів діяльності;

форми організації збуту, що включають самостійний продаж, аутсорсинг, збутовий кооператив, асоціації виробників сільськогосподарської продукції й

дають змогу вибору найдодільнішої і найвигіднішої з позиції особливостей виробничо-комерційної діяльності підприємства;

концептуальні засади ефективної збутової політики сільськогосподарських підприємств, що включають об'єднання зусиль, узгодження цілей та дій всіх членів збутового каналу з метою збільшення обсягів продажу і підтримання необхідного рівня прибутку.

Практичне значення одержаних результатів. Основні пропозиції дисертаційної роботи доведені до рівня методичних та практичних рекомендацій, які можуть бути використані органами управління аграрним сектором економіки та підприємствами галузі.

Результати досліджень щодо формування і реалізації збутової політики сільськогосподарських підприємств, моніторингу збутової діяльності й показників оцінювання її ефективності прийняті до використання Міністерством аграрної політики України (довідка № 37-11-2-13/8480, від 12.06.2014 р.), напрямів формування і реалізації збутової політики суб'єктів господарювання в умовах розвитку інтеграційних процесів, організації збуту продукції з використанням сучасних методів визначення каналів розподілу та їх учасників розглянуті та прийняті до впровадження ПАТ «Агрохімцентр» (довідка № 130-1-170 від 29.05.2014 р.), формування збутової політики виробників товарної сільськогосподарської продукції в умовах організованого аграрного ринку, запровадження моделі взаємодії підприємств аграрного сектору економіки, обґрунтування необхідності і доцільності створення продуктових кластерних формувань товаровиробників – Уманською філією ПАТ «Компанія «РАЙЗ» (довідка № 25/17-15 від 10.06.2015 р.), налагодження маркетингової вертикальної інтеграції, створення ефективної мережі товароруку продукції від виробника до споживача, організації системи кооперативної логістики – ТОВ «Золотоніський бекон» (довідка № 42-1/23 від 12.06.2015 р.), напрямів формування ефективної збутової політики розширення сегменту ринку, конкурентоспроможності продукції, поведінки споживачів, конкурентного статусу підприємства – ПТФ «Червона калина» (довідка № 153/2 від 18.06.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом особистого наукового дослідження. Основні положення дисертації, висновки і пропозиції отримані автором самостійно. У роботі викладено авторський підвід до побудови концепції збутової політики для підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Апробація результатів дослідження. Результати наукових досліджень, що включені до дисертації, висновки і пропозиції роботи доповідались і обговорювались на 12 міжнародних наукових і науково-практичних конференціях (у списку опублікованих праць позиції 14–17, 19–26), та на 3 всеукраїнських конференціях (позиції 12, 13, 18).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 26 наукових праць загальним обсягом 10,9 д. а., з яких 10,7 д. а. належать особисто здобувачу, в т. ч. 2 статті у виданнях іноземних держав, з яких одна стаття у виданні, зареєстрованому в наукометричній базі SCOPUS і 9 статей у

фахових наукових виданнях України, з яких 1 стаття в електронному фаховому виданні і 1 стаття у виданні, зареєстрованому в наукометричній базі РІНЦ та 15 тез доповідей у матеріалах науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг дисертації становить 225 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 190 сторінках. Робота містить 39 таблиць, 21 рисунок, 26 формул, 17 додатків на 23 сторінках. Список використаних джерел включає 186 найменувань на 15 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У першому розділі – «Теоретико-методичні засади збутової політики у сільському господарстві» проаналізовано соціологічні, субстанціональні й діяльнісні наукові підходи до сутності поняття «політика». З'ясовано зміст категорії «аграрна політика», визначено основні компоненти збутової політики, її відмінності від збуту сільськогосподарських підприємств, чинники формування ринку збуту сільськогосподарської продукції.

Встановлено економічну сутність категорії «збутова політика сільськогосподарського підприємства» і роль збуту в суспільному відтворенні сільськогосподарського виробництва, що здійснюється через кругообіг капіталу за фазами «виробництво–розподіл–обмін–споживання». Кругообіг капіталу охоплює один виробничий цикл, в якому від початкової форми виробничі засоби проходять три стадії і набувають своєї вихідної форми. Грошова форма має вигляд $G-G'$, продуктова – $B-B'$, товарна – $T-T^*$ (рис. 1).

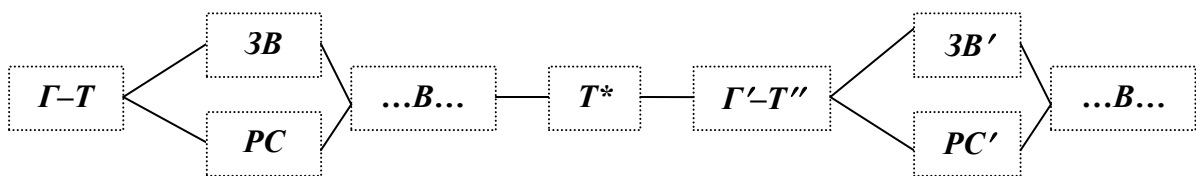


Рис. 1. Схема кругообігу капіталу на підприємстві*

*Розроблено автором.

Обґрунтовано пріоритетність виробництва у ланцюгу відтворення і значимість збутової діяльності для кругообігу капіталу на підприємстві, механізму відтворювального процесу, де збут (Зб) як економічний процес пов'язує засоби виробництва (ЗВ) і робочу силу (РС) у виробничому процесі та виробництво зі споживанням у вигляді ланцюга $G - T - B - T^* - Zб - G'$.

За допомогою збуту здійснюється товарорух до споживача. Збут поєднує в собі фази розподілу й обміну, насичення потреб і пошук невикористаних можливостей для їх задоволення. Розподіл як підсистема відносин економічної власності включає вартісну структуру продукту з виділенням у ньому фонду заміщення і новоствореної вартості, частку присвоєння виготовленого продукту для його наступного використання. До обміну як підсистеми економічного відтворення, доведення продукції до проміжного або кінцевого споживання,

належить кругообіг і обіг капіталу (засобів виробництва), пропорційність відтворення, оптимізація структури господарства та його продукту. Основними компонентами збуту слугує ринок і його інфраструктура, фінансово-кредитні відносини та грошовий обіг, а умовою ринкової рівноваги – попит і пропозиція.

Споживання як кінцева мета і узагальнюючий чинник виробництва акумулює ефективність решти фаз його відтворення. Від параметрів споживання, які є наслідком виробництва, залежить рівень і якість життя, а тому створення продукції підпорядковується зростаючим потребам.

Охарактеризовано компоненти, принципи, окреслено чинники розвитку збутової політики сільськогосподарських підприємств на засадах оцінювання впливу ринкового середовища. На підставі економіко-статистичного аналізу доведено, що оцінювання ефективності збутової діяльності підприємств передбачає порівняння у динаміці та визначення темпів зміни і відхилення запропонованих коефіцієнтів співвідношення ціна/якість продукції, забезпеченості складськими приміщеннями, продажу продукції в умовах найвищої ринкової ціни, вартісної конкурентоспроможності, витрат на використання технічних засобів обслуговування покупців, контракції продукції до початку продажу, критерії яких становлять базу даних для ухвалення управлінських рішень у сфері збутової діяльності.

Обґрунтовано методика проведення аналізу макро- і мікросередовища, що враховує економічні, політичні, ринкові, інноваційні, соціально-культурні чинники й аргументує визначення пріоритетного напрямку формування збутової політики і системи збуту підприємств на засадах інтегрованої системи товаропросування та взаємодії виробників сільськогосподарської продукції з учасниками ринку на всіх етапах життєвого циклу товару.

У другому розділі – **«Ефективність збутової політики в сільськогосподарських підприємствах»** досліджено тенденції виробництва і збуту продукції сільськогосподарських підприємств.

Виробництво продукції сільськогосподарськими підприємствами характеризується нестабільністю. Проте у порівнянні з переломним для сільського господарства 2000 р. реалізація зернових і зернобобових у 2014 р. росла у 3,4 раза, олійних – у 5,8, картоплі – у 6,4, овочів – в 1,8, плодів і ягід – у 5,8, худоби та птиці у живій вазі – у 2,0, яєць – у 4,4 раза, а реалізація цукрових буряків, молока і вовни зменшилася на 51,7, 6,6 та 78,1 % відповідно. Загальний обсяг реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами у 2014 р. становив 194 576,2 млн грн, з них 143 614,3 млн грн (73,8 %) становила продукція рослинництва і 50 961,9 млн грн (26,2 %) – продукція тваринництва.

Аналіз каналів збуту показує, що 63,7 % продукції реалізовано іншим господарюючим суб'єктам, 14,1 % – переробним підприємствам, 4,0 % – через власну роздрібну мережу, 1,4 % – пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнові паї, 0,1 % – населенню в рахунок оплати праці. Досліджувані підприємства будують свою збутову політику на засадах контракції, дистрибуції, франчайзингу, сертифікації систем управління безпекою харчових продуктів, підтримання стійких зв'язків з постійними покупцями, часткової передоплати з наданням товарних кредитів (табл. 1).

**Деталізована структура каналів реалізації продукції досліджуваних
сільськогосподарських підприємств у 2014 р., %***

Продукція	Основні канали реалізації			
	Переробним підприємствам	Експорт	Зберігання	Іншим суб'єктам господарювання
<i>ТОВ «Племінний завод «Агро-регіон»</i>				
Соя	60	40	–	–
Пшениця озима	50	50	–	–
Ріпак	65	35	–	–
Кукурудза	50	–	50	–
Ячмінь пивоварний	100	–	–	–
Соняшник кондитерський	100	–	–	–
Горох, овес, сорго	30	–	–	–
Молоко	100	–	–	–
Продукція свинарства	100	–	–	–
Племінні тварини	–	–	–	100
<i>ПАТ «Миронівський хлібопродукт»</i>				
М'ясо птиці	20	–	–	40
Яйця курячі	–	30	–	70
Кукурудза	–	10	–	–
Соняшник	–	20	–	–
Пшениця	–	10	–	90
Ріпак	–	15	–	85
Ячмінь	–	10	–	90
<i>ПрАТ «Райз-Максимко»</i>				
Кукурудза	–	–	80	20
Соняшник	–	–	85	15
Пшениця	–	–	80	20
Соя	–	–	75	25
Ріпак	–	–	90	10
Ячмінь	–	–	70	30
Овес	–	–	85	15
Продукція насінництва	–	–	–	–
<i>ТОВ «Золотоніський бекон»</i>				
Продукція свинарства	100	–	–	–
<i>ПТФ «Червона калина»</i>				
Пшениця озима	70	–	–	–
Цукровий буряк	100	–	–	–
Яблука	15	–	25	60

* Розраховано автором.

Крім зазначених в табл. 1, досліджувані підприємства використовують такі канали збуту як власна франчайзингова мережа (ПАТ «Миронівський хлібопродукт»), корпоративні структурні одиниці (ПрАТ «Райз-Максимко»), пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майнові паї (ПТФ «Червона калина»), внутрішнє споживання (ТОВ «Племінний завод «Агро-регіон», ПАТ «Миронівський хлібопродукт»).

З'ясовано проблеми збуту, що пов'язані зі станом інституціонального забезпечення цієї сфери діяльності, нестачею власних потужностей для

зберігання продукції, високим рівнем оплати за зберігання, зростанням вартості транспортування, низьким рівнем розвитку річкового транспорту, монополізацією ринку, не паритетним розподілом доходів, браком обігових коштів, низьким платоспроможним попитом на продовольчі продукти, стандартизацією і сертифікацією продукції тощо.

Ефективність збуту визначається співвідношенням результатів, отриманих від збутової діяльності, та витратами на її здійснення й залежить від каналу збуту, логістики, діяльності відділу маркетингу, інфляційних процесів, світових цін. Для кількісної оцінки ефективності збуту та виявлення шляхів удосконалення збутової політики використано комплекс показників (табл. 2).

Таблиця 2

Показники ефективності ПТФ «Червона калина» і ПрАТ «Райз-Максимко»*

№ з/п	Показник		ПТФ «Червона калина»	ПрАТ «Райз-Максимко»	Референтні значення
1	Частка нереалізованої продукції в загальному обсязі товарної маси, %	$Пн$	$\frac{0,3}{4,7} = 0,06$	$\frac{475,3}{3395,1} = 0,13$	$\rightarrow min$
2	Обсяг збуту продукції підприємства на 100 га ріллі, тис. грн	$Дз$	$\frac{15800}{1520} \times 100 = 1039,5$	$\frac{11866300}{650000} \times 100 = 1826,6$	$\rightarrow max$
3	Виручка від реалізації продукції з розрахунку на 1 працівника відділу збуту, млн грн	$Дп$	$\frac{15,8}{5} = 3,2$	$\frac{11866,3}{1550} = 7,6$	$\rightarrow max$
4	Прибуток від реалізації продукції з розрахунку на 1 працівника відділу збуту, млн грн	$Пп$	$\frac{4,9}{5} = 0,9$	$\frac{5098,8}{1550} = 3,3$	$\rightarrow max$
5	Коефіцієнт співвідношення «ціна – якість» продукції	$Кц$	$\frac{0}{15,8} = 0$	$\frac{38,5}{3395,1} = 0,01$	$\rightarrow max$
6	Коефіцієнт забезпеченості складськими приміщеннями	$Езаг$	$\frac{0,5}{4,7 + 0,3} = 0,1$	$\frac{42000}{3395,1 + 407,1} = 1,1$	$\rightarrow max$
7	Коефіцієнт продажу продукції в умовах найвищої ринкової ціни	$Цн$	$\frac{0,5}{4,7} = 0,1$	$\frac{9258,4}{11866,3} = 0,8$	$\rightarrow max$
8	Коефіцієнт дебіторської заборгованості	$Кд$	$\frac{34,7}{15,8} = 0,2$	$\frac{125}{11866,3} = 0,01$	$\rightarrow min$
9	Коефіцієнт вартісної конкурентоспроможності пшениці озимої	$Кп$	$\frac{1,8}{1,6} = 1,1$	$\frac{1,6}{1,8} = 0,9$	$\rightarrow min$
10	Коефіцієнт контрактації продукції до початку продажу	$Кк$	$\frac{9,5}{15,8} = 0,6$	$\frac{2916,1}{3395,1} = 0,9$	$\rightarrow max$

* Розраховано автором.

За результатами оцінювання, збутова діяльність ПрАТ «Райз-Максимко» характеризується вищим рівнем ефективності, ніж ПТФ «Червона Калина», оскільки не всі розраховані показники наближаються до своїх оптимальних значень. Так, обсяги законтракованої до початку продажу продукції для

ПТФ «Червона калина» становлять 60 %, а для ПрАТ «Райз-Максимко» 90 %; коефіцієнт продажу продукції в умовах найвищої ринкової ціни – 10 і 80 % відповідно; коефіцієнт дебіторської заборгованості – 20 і 1 % відповідно.

До резервів підвищення ефективності збуту продукції досліджуваних підприємств належить збільшення частки законтракованої продукції і створенням власних потужностей для зберігання продукції та реалізації її за найсприятливіших економічних умов, оскільки збутова діяльність ПрАТ «Райз-Максимко» ефективніша у порівнянні з ПТФ «Червона калина» через забезпеченість потужностями для зберігання продукції, високий рівень контракції та нижчу собівартість продукції. Для подальшого підвищення ефективності збутової діяльності ПрАТ «Райз-Максимко» слід збільшити частку якісної продукції і зменшити частку нереалізованої продукції.

Третій розділ – **«Шляхи удосконалення збутової політики в сільськогосподарських підприємствах»** – спрямовано на визначення пріоритетних напрямів удосконалення збутової політики в умовах вступу України до Світової організації торгівлі та здійснення процесів євроінтеграції.

Запропоновано механізм формування збутової політики на засадах використання правових, інституційних, адміністративних та економічних регуляторів з урахуванням факторів ризику (невизначеність ринкового середовища, недосконалість нормативно-правової бази щодо функціонування і розвитку аграрного сектору економіки, податкової і фінансово-кредитної системи) шляхом безпосереднього збуту або участі у кооперативі (рис. 2).

Для управління товарними потоками розроблено схему загальної структури інтегрованої логістичної системи. Встановлено шляхи підвищення ефективності збутової діяльності для малих, середньо- і великотоварних сільськогосподарських підприємств, що включають прямий продаж, спільну збутову діяльність на засадах аутсорсингу, постачальницько-збутової і переробно-збутової кооперації, а також контракцію з фіксацією твердої і плаваючої ціни одиниці продукції та Інтернет-комерцію.

Підвищення ефективності збуту обумовлюється зниженням рівня разових, умовно-постійних та умовно-змінних трансакцій, які впливають на загальні витрати проведення збутової політики, у зв'язку з чим запропоновано методичний підхід до визначення трансакційних витрат.

Опрацьовано концептуальні засади розвитку виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських товаровиробників та заходи щодо їх реалізації. З урахуванням світового досвіду визначено стратегічні й тактичні цілі державного регулювання сільського господарства. Обґрунтована доцільність узгодженості дій і співпраці учасників ланцюга виробництво (збут) – переробка (заготівля) – торгівля для ефективного функціонування всіх ланок.

Розроблено заходи удосконалення діяльності державних інституцій для формування ефективної збутової політики в умовах протікання інфляційно-девальваційних процесів і необхідності визначення інфляційної рентабельності та інфляційного прибутку сільськогосподарських товаровиробників. Встановлено ємність внутрішнього продовольчого ринку в Україні та чинники його обмеження.

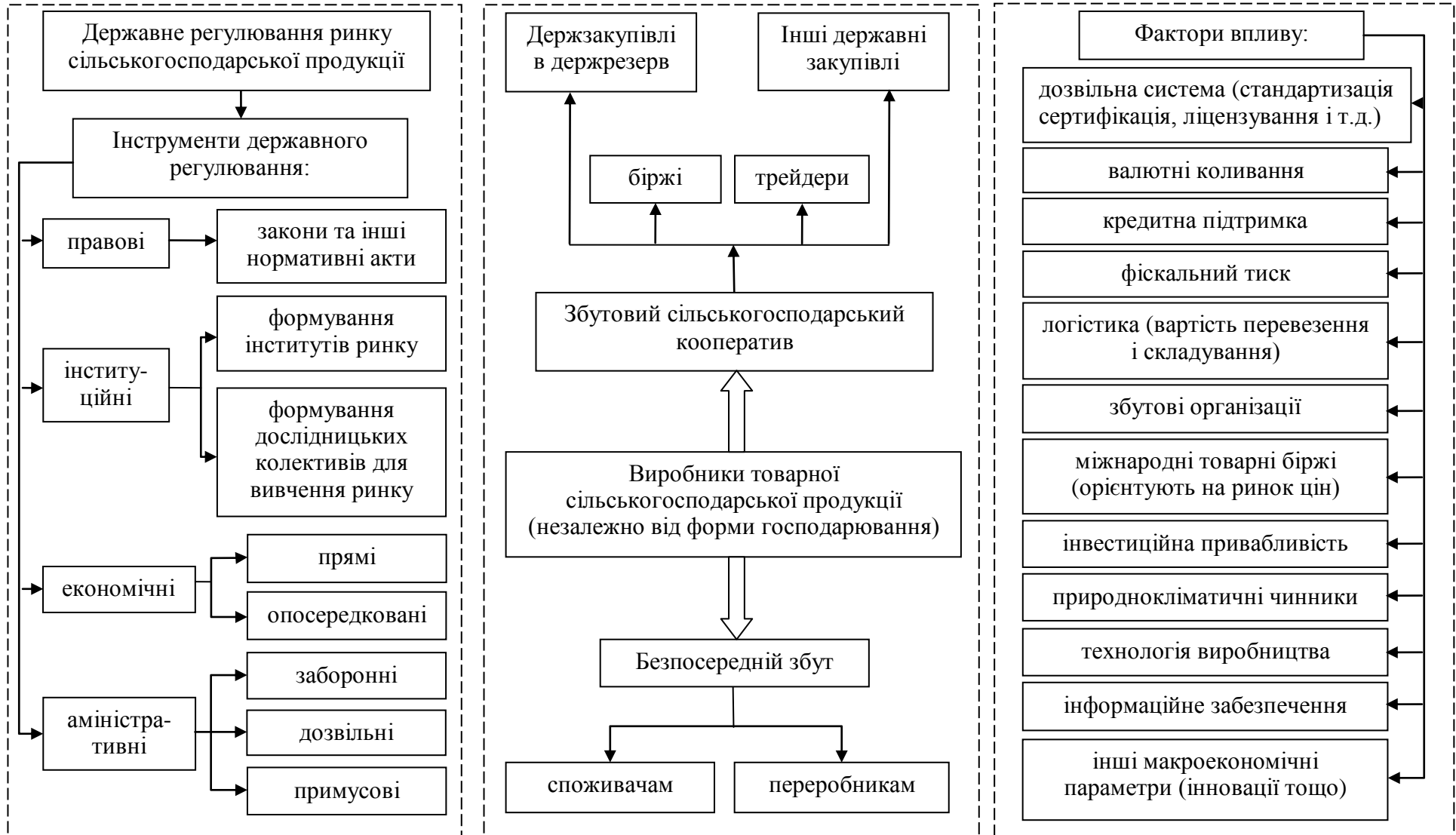


Рис. 2. Механізм формування збутової політики виробників товарної сільськогосподарської продукції в умовах організованого аграрного ринку

Джерело: розробка автора.

Обмеженість ємності внутрішнього ринку стала однією з основних причин дисбалансів у структурі виробництва окремих видів продукції, цінових диспропорцій, наявності значних соціальних проблем, оскільки лібералізація зовнішньої торгівлі посилила конкуренцію між національними й іноземними товаровиробниками на внутрішньому ринку продовольства.

В умовах членства в СОТ та інтеграції України до європейського економічного простору нагальною необхідністю для товаровиробників стало врахування вимог міжнародних торговельних організацій та закордонних ринків продовольства, що включають квотування і стандартизацію сільськогосподарської продукції. Проте квоти на 36 товарних позицій, що надані Україні Європейським союзом, на 70 % мають сировинне спрямування, а використання квот на експорт молока стає можливим лише за умови його виробництва за європейськими стандартами.

Нині обов'язковою умовою виходу на міжнародний ринок є наявність у продавця сертифіката, що засвідчує відповідність продукції вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000, які регулюють єдині світові вимоги до систем якості підприємств-постачальників. Доведено значення сертифікації продовольства для повномасштабного виходу на європейський ринок та освоєння ринків інших країн високоякісною вітчизняною продукцією, в т. ч. органічної продукції для учасників ринку та необхідність формування національної системи сертифікації такої продукції.

Визначено стратегічні напрями розвитку збутової діяльності, до яких віднесено впровадження міжнародної системи Global GAP для гарантування безпечного виробництва продуктів харчування та відповідного її транспортування, зберігання, використання екологічно чистого пакування, розміщення складів хімічної продукції тощо, взаємодію суб'єктів ринку на засадах кооперативної і кластерної організації співпраці, формування кооперативних систем логістики, перехід від традиційного до органічного виробництва для нарощення обсягів органічної продукції, 90 % якої знаходить споживачів на європейському ринку продовольства.

ВИСНОВКИ

На основі проведених теоретичних узагальнень, обґрунтування методичних підходів, пропозицій та рекомендацій щодо формування збутової політики сільськогосподарських підприємств автором зроблено такі висновки.

1. Збутова політика сільськогосподарського підприємства являє собою заходи щодо визначення асортименту виробництва продукції, ціноутворення, забезпечення попиту й характеризує комплекс дій і концентрацію зусиль, спрямованих на реалізацію виробленої продукції для здійснення процесів розподілу, обміну, споживання й відтворення виробництва. При цьому збут окреслюється у специфічну фазу процесу відтворення і в умовах розширеного товарного виробництва набуває самостійної форми й розглядається як підсистема економічних відносин, що включає формування й забезпечення ринкового попиту, адекватного платоспроможності споживачів, прибутковості

й ринкової стійкості підприємств шляхом збереження/розширення частки ринку, досягнення конкурентних переваг, створення позитивного іміджу. Виробничо-комерційна діяльність сільськогосподарських підприємств значною мірою базується на ефективності збуту виробленої продукції.

2. Формування збутової політики сільськогосподарських підприємств знаходиться під впливом цінового диспаритету, що спричинений диспаритетом цін на продукцію сільського господарства і промисловості, продукція якої використовується в сільськогосподарському виробництві, й базується на показниках номенклатури і конкурентноздатності продукції, поведінки споживачів, конкурентного статусу підприємства. Визначення основних напрямів організації ефективної збутової політики забезпечується плануванням виробничо-комерційної діяльності, купівельною спроможністю населення, каналом розподілу, комунікаціями просування і постачання продукції.

3. Визначальні принципи формування ефективної збутової політики сільськогосподарських підприємств включають економічні, політико-правові, ринкові, інноваційні та соціально-культурні компоненти. Формування оптових партій сільськогосподарської продукції виробничого і споживчого призначення здійснюється шляхом кооперування, узгодження цілей та дій учасників збутового каналу. Вільне й прозоре ціноутворення та об'єктивність цінового моніторингу на сільськогосподарську продукцію значною мірою забезпечується діяльністю біржових інституцій, де роль держави зводиться в основному до контрольних-наглядових функцій. Реалізацію продукції сільськогосподарських підприємств на ринку доцільно здійснювати шляхом створення і забезпечення діяльності заготівельно-збутових кооперативів.

4. Порівняно з переломним для сільського господарства 2000 р. реалізація підприємствами галузі зернових і зернобобових, олійних, картоплі, овочів, плодів і ягід, худоби та птиці у живій вазі, яєць зросла у 3,4, 5,8, 6,4, 1,8, 5,8, 2,0 і 4,4 раза відповідно, а реалізація цукрових буряків, молока і вовни зменшилася відповідно на 51,7, 6,6 та 78,1 %. У структурі каналів збуту найбільшу частку (63,7 %) займають інші господарюючі суб'єкти (включають трейдерів і ритейлерів) і переробні підприємства – 14,1 %. Загальний обсяг збуту продукції підприємствами галузі становив 194 576,2 млн грн, де 143 614,3 млн грн (73,8 %) припадає на продукцію рослинництва і 50 961,9 млн грн (26,2 %) тваринництва. Значну частку з позитивним сальдо сільськогосподарська продукція займає в зовнішній торгівлі. Кількісний індекс умов торгівлі товарами сільськогосподарського походження становив 123,8 %. Проте середня виручка від експорту товарів перевищила середні витрати на імпорт на 3,6 %, оскільки товари сільськогосподарського походження експортуються з нижчою доданою вартістю, ніж імпортуються.

5. Встановлено, що досліджувані підприємства будують свою збутову політику на засадах контрактації, ф'ючерсних і форвардних угод, дистрибуції, франчайзингу, сертифікації систем управління безпекою харчових продуктів, стійких зв'язків з постійними покупцями, повної і часткової передплати з наданням товарних кредитів, логістики постачання продукції. Обґрунтовано значення для формування збутової політики інститутів, які генеруються

державою і можуть сприяти або перешкоджати діяльності аграрних підприємств через створення неефективного інституту, що самопідтримується сформованими ним інституціями й набуває ознак «інституційної пастки». З'ясовано, що збутова діяльність сільськогосподарських товаровиробників здійснюється у складних умовах, спричинених значною монополізацією ринку, відсутністю маркетингових служб і засиллям посередницьких структур.

6. Ефективність збутової політики підприємств галузі визначається каналом збуту, маркетинговими рішеннями й діями, логістикою, інфраструктурою, конкурентноздатністю продукції, світовими цінами, можливістю внутрішнього споживання і переробки, розвитком біржової торгівлі, форвардних і ф'ючерсних контрактів. Для кількісної оцінки ефективності збутової діяльності сільськогосподарського підприємства та виявлення резервів її удосконалення і підвищення ефективності, оцінювання й стимулювання праці персоналу, який займається збутом, використовують комплекс показників. Водночас на ефективність збуту значною мірою впливають девальваційно-інфляційні процеси. Так, підвищення ціни на пшеницю 3 класу на 47 % призвело водночас до її зниження в доларовому еквіваленті на 41 %, а підвищення у 2 рази ціни на молоко II класу спричинило її зниження на 17 %.

7. У підвищенні ефективності збутової політики аграрних підприємств важливу роль виконують заготівельно-збутові кооперативи, фермерські і оптові ринки, товарні біржі, продажі за допомогою мережі Інтернет, віртуальні аграрні ринки та Інтернет-майданчики для укладання угод купівлі-продажу продукції, спільна збутова діяльність на засадах аутсорсингу, а також контрактація з твердою і плаваючою ціною, що включає коригування базисної ціни, зниження трансакційних витрат, для визначення яких розроблено методику, що базується на даних оперативного, аналітичного і синтетичного обліку, запропонована схема побудови загальної структури інтегрованої логістичної системи. Визначено шляхи нарощення ефективності збуту продукції сільськогосподарських підприємств, в т. ч. за рахунок державного регулювання ринку сільськогосподарської продукції, що включає правові, інституційні, адміністративні та економічні заходи.

8. Висвітлено досвід розвинених країн щодо підтримки виробників сільськогосподарської продукції. Встановлена необхідність створення узгоджувальних комісій цін, витрат і доходів у процесі руху продукції від сировини до кінцевого споживача, що базується на зацікавленості у співпраці учасників ланцюга виробництва (збут) – переробка (заготівля) – торгівля. Встановлено чинники, що обмежують ємність внутрішнього споживчого продовольчого ринку, обсяг якого для сільськогосподарських товаровиробників становить 145–150 млрд грн. Для здійснення закупівель (на умовах спот, форвард, ф'ючерс) і збуту продукції на зовнішніх ринках запропоновано створити державну структуру, яка забезпечить переваги перед приватними зернотрейдерами і дасть змогу товаровиробникам заздалегідь розробляти виробничу програму з упевненістю в збуті своєї продукції за визначеною ціною. Обґрунтовано заходи удосконалення діяльності державних інституцій

для формування ефективної збутової політики підприємств.

9. У контексті приєднання до СОТ та інтеграції України до європейського економічного простору пріоритетним завданням для України стає впровадження міжнародної системи якості та безпеки сільськогосподарської продукції Global GAP – «Good Agricultural Practice», яка базується на вимогах якості харчових продуктів запобіжної системи НАССР – «Hazard Analysis and Critical Control Point» у ланцюгу «від лану до столу». Для здійснення єдиного циклу виробничої, збутової, логістичної та інших видів діяльності обґрунтовано створення об'єднань товаровиробників на кластерних засадах і застосування кооперативної логістики, яка може вирішити проблеми зі зберіганням та транспортуванням продукції. За умов наявності власної кооперативної логістики маржа комерційних і державних елеваторів залишається у товаровиробників і забезпечує додатковий дохід 196 грн на тонну кукурудзи і 139 грн на тонну соняшнику, що в підсумку становить 5,3 млрд грн.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях

1. Шарапа О.М. Управління відносинами з клієнтами через впровадження CRM-систем як одна із складових ефективного ведення бізнесу / О. М. Шарапа // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7(97). – С. 175–183 (0,62 д.а.).

2. Шарапа О.М. Етимологія орендних термінів та історія виникнення лізингу / О. М. Шарапа // Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету, вип. 23 / Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – С. 246–251. – (Серія: “Економічні науки”) (0,67 д.а.).

3. Шарапа О.М. Розвиток біржової торгівлі в аграрній сфері економіки України / О. М. Шарапа // АгроІнКом. – 2010. – № 4–6. – С. 18–23 (0,64 д.а.).

4. Шарапа О.М. Соціально-економічна сутність, роль та місце збутової політики в системі аграрної політики держави / О. М. Шарапа // Науковий вісник Ужгородського університету, вип. 2(39), ч. 1. – Ужгород, 2013. – С. 323–327 (Серія: “Економіка”) (0,58 д.а.).

5. Шарапа О.М. Торгівля в контексті минулого і сучасного / О. М. Шарапа // Соціально-економічний розвиток України в ХХІ столітті: проблеми, пріоритети і перспективи : Вісник КПНУ ім. Івана Огієнка : за матеріалами 2-ї міжнар. наук-практич. конф. (Кам'янець-Подільський, 23–24 квіт. 2009 р.). – Кам'янець-Подільський : ПП Зволейко Д. Г., 2009. – 404 с. [С. 347–351]. – (Серія: “Економічні науки”) (0,19 д.а.).

6. Шарапа О.М. Державне регулювання розвитку виробничо-збутової діяльності аграрного сектору економіки / О. М. Шарапа // Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету, вип. 34, ч. 1 / Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2013. – С. 117–123. – (Серія: “Економічні науки”) (0,7 д.а.).

7. Шарапа О.М. Роль аграрної палати в організації діяльності самоврядних об'єднань агропромислового виробництва [Електронний ресурс] / О. М. Шарапа. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/agroinkom_2013_1-3_19.pdf (0,81 д.а.).

8. Шарапа О.М. Удосконалення діяльності асоціативних об'єднань / О. М. Шарапа // Сборник научных трудов SWorld. – Вып. 2, т. 30. – Одеса : Куприенко, 2013 – С. 6–19 (зареєстровано в наукометричній базі РІНЦ) (0,92 д.а.).

9. Шарапа О.М Система гарантування якості продукції на великотоварних сільськогосподарських підприємствах / О. М. Шарапа // Формування ринкової економіки : наук. журн. 2015. – № 33 – С. 431–440 (0,49 д.а.).

Публікації у виданнях іноземних держав

10. Sharapa O.M. The quantitative analysis of small business status in Ukraine and the experience of the adjoining states / O. M. Sharapa // Quantitative methods in finance and accounting. Wroclaw, 2008. – P. 101–107 (0,32 д.а.).

11. Sharapa O.M. Analysis of integration in the agriculture of the country / O. M. Sharapa, V. V. Rossokha // Quantitative methods in finance and accounting. Wroclaw, 2015. – P. 143–151 (зареєстровано в наукометричній базі SCOPERNICUS) (0,52 д.а., з яких особисто здобувачу належить 0,26 д.а. Особистий внесок здобувача полягає в розробленні напрямів інтеграції суб'єктів господарювання в аграрній сфері економіки на засадах кооперації).

Матеріали науково-практичних конференцій

12. Шарапа О.М. Соціальна відповідальність бізнесу як форма соціального маркетингу / О. М. Шарапа // Інтелект. Особистість. Економіка : Всеукр. наук.-теорет. дистанц. конф. (Донецьк, 30 січ. 2009 р.) Донецьк: Матеріали Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – С. 239–246 (0,4 д.а.).

13. Шарапа О.М. Механізм збуту в системі збутового менеджменту / О. М. Шарапа // Стратегія розвитку підприємництва: теорія, організація, практика : матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф. (Чортків-Тернопіль, 12–13 бер. 2009 р.) : у 2-х ч. – Тернопіль : Вектор, 2009. – Ч. 1. – С. 231–233 (0,24 д.а.).

14. Шарапа О.М. Проблеми стратегічного маркетингового управління збутом / О. М. Шарапа // Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю : матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. (Черкаси, 8–10 квіт. 2009). – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – С. 326–328 (0,11 д.а.).

15. Шарапа О.М. Взаємозв'язок глобалізації та світової фінансово-економічної кризи / О. М. Шарапа // Україна у світовому економічному просторі: шляхи подолання кризи (економіка, фінанси та право) : зб. матеріалів IX міжнар. наук.-практ. конф. молодих науковців (Київ, 27 бер. 2009 р.) – К. : УДУФМТ, 2009. – С. 251–253 (0,15 д.а.).

16. Sharapa O.M. Research of efficiency of realization of products of plant-grower is with the use of quantitative methods of analysis / O. M. Sharapa // Quantitative methods in finance and accounting. The third scientific seminar. (Kyiv. – 2009, May 18–21). – P. 138–141 (0,25 д.а.).

17. Шарапа О.М. Продовольча безпека як складова економічної безпеки України / О. М. Шарапа // Економічна безпека України та виклики сьогодення : зб. матеріалів XIII міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 28 трав. 2010 р.). Частина 1 – К. : УДУФМТ, 2010. – С. 67–69 (0,2 д.а.).

18. Шарапа О.М. Досвід діяльності обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів в Канаді та Франції / О. М. Шарапа // Актуальні проблеми розвитку суб'єктів господарювання в умовах інформатизації та глобалізації економіки: матеріали всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф., провед. на базі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», (Івано-Франківськ, 16–17 квіт. 2013 р.). – Івано-Франківськ; Тернопіль : Крок, 2013. – С. 32–33 (0,14 д.а.).

19. Шарапа О.М. Деякі проблеми та напрями розвитку асоціацій сільгоспвиробників в Україні / О. М. Шарапа // Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю : матеріали X міжнар. наук.-практ. конф. (Черкаси, 15–16 трав. 2013). – Черкаси : ЧДТУ, 2013. – С. 121–122 (0,12 д.а.).

20. Sharapa O.M. Analysis the dynamics of activity the operators in the agri-food production of Ukraine during 2005–2012 / O. M. Sharapa // Quantitative methods in finance and accounting. The sevens scientific seminar. (Kyiv, 2013, June 23–25). – P. 197–205 (0,47 д.а.).

21. Sharapa O.M. Improvement of activity of associative unities / O. M. Sharapa // Modern problems and ways of their solution in science, transport, production and education. International scientific-practical internet-conference – (Odessa, 2013, June 18–23). – P. 6–19 (0,97 д.а.).

22. Шарапа О.М. Динаміка діяльності операторів ринку агропродовольчої продукції України за 2005–2012 роки / О. М. Шарапа // Актуальные научные вопросы : материалы XL междунар. науч.-практ. конф. по философским, филологическим, юридическим, педагогическим, экономическим, психологическим, социологическим и политическим наукам (Горловка, 12–13 дек. 2013 г.). – Горловка : ФЛП Пантюх Ю.Ф., 2013 – С. 17–25 (0,41 д.а.).

23. Шарапа О.М. Система гарантування якості продукції на сільськогосподарських підприємствах / О. М. Шарапа // Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії : матеріали VIII міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. – Переяслав-Хмельницький, 2014. – С 63–65. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://conferences.neasmo.org.ua/uk/art/937#disqus_thread (0,33 д.а.).

24. Шарапа О.М. Збутова політика сільськогосподарських підприємств / О. М. Шарапа // Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи : матеріали X міжн. наук.-практ. конф. та VI міжнародного круглого стола «Актуальні

соціально-економічні та правові проблеми розвитку України та її регіонів» (29–30 квіт. 2015 р., Одеса) / МОН України; ОНУ ім. І.І. Мечникова. – Одеса : ТОВ «Лерадрук», 2015. – С. 110–113 (0,2 д.а.).

25. Шарапа О.М. Роль кооперації у збутовій політиці аграрних підприємств / О. М. Шарапа // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості : тези доп. III міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – С. 609–610 (0,2 д.а.).

26. Шарапа О.М. Проблеми функціонування виробників сільськогосподарської продукції / О. М. Шарапа // Розвиток національних економік в контексті гео економічних реалій та лібералізації зовнішньоекономічної діяльності : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (22 трав. 2015, Одеса). – Одеса : Фенікс, 2015. – С. 127–131 (0,13 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Шарапа О. М. Організаційно-економічні засади формування збутової політики сільськогосподарських підприємств. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Біла Церква, Білоцерківський національний аграрний університет, 2015.

Встановлено роль збуту в процесах суспільного відтворення і розвитку інтеграційних процесів між суб'єктами ринку. Розроблено інтегровану систему товаропросування на принципах агрологістики та взаємодії виробників сільськогосподарської продукції з учасниками ринку.

Опрацьовано й доповнено маркетингову концепцію і маркетинговий інструментарій для сільськогосподарських підприємств. Запропоновано механізм формування збутової політики виробників товарної сільськогосподарської продукції. Обґрунтовано доцільність створення об'єднань товаровиробників на кластерних засадах. Розроблено пропозиції щодо форм організації збуту.

Удосконалено методичний підхід до визначення рівня трансакційних витрат збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. Викладено концептуальні положення розвитку збутової політики на засадах створення обслуговуючих кооперативів, впровадження Інтернет-комерції, активізації біржового ринку сільськогосподарської продукції.

Розроблено пропозиції щодо підвищення ролі державних інституцій у формуванні збутової політики, адаптації сільськогосподарських підприємств до умов міжнародних торговельних організацій та закордонних ринків. Запропоновано напрями удосконалення збутової політики суб'єктів господарювання в умовах розвитку світових інтеграційних процесів.

Ключові слова: збутова політика, сільськогосподарська продукція, аграрна сфера економіки, збутова діяльність, товаропросування, кооперація, інфраструктура ринку, об'єднання товаровиробників.

АННОТАЦИЯ

Шарапа О. М. Организационно-экономические основы формирования сбытовой политики сельскохозяйственных предприятий. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Белая Церковь, Белоцерковский национальный аграрный университет, 2015.

Определена экономическая сущность категории «сбытовая политика сельскохозяйственного предприятия» учитывающая роль сбыта в процессах общественного воспроизводства, региональные потребности в сельскохозяйственной продукции, покупательную способность населения, контрактные отношения, развитие интеграционных процессов между субъектами рынка, вхождение Украины в мировую экономическую систему и предусматривает формирование комплекса действий и концентрацию усилий, направленных на реализацию продукции.

Разработана интегрированная система продвижения товара на принципах агрологистики и взаимодействия производителей сельскохозяйственной продукции с участниками рынка на всех этапах жизненного цикла товара. Проанализирована и дополнена маркетинговая концепция и маркетинговый инструментарий для сельскохозяйственных предприятий, включающие уровень обеспеченности предприятий складскими мощностями, специализацию, концентрацию, диверсификацию и масштаб производства, зависимость отрасли от природно-климатических условий, технологий производства и сбыта сельскохозяйственной продукции.

Предложен механизм формирования сбытовой политики производителей товарной сельскохозяйственной продукции на основе использования правовых, институциональных, административных и экономических регуляторов с учетом факторов риска. Обосновано создание объединений товаропроизводителей на кластерных принципах, предусматривающее организацию целостной интегрированной системы, в которой взаимодействуют сельскохозяйственные, заготовительные, перерабатывающие, агросервисные и торговые предприятия для осуществления единого цикла производственной, сбытовой, логистической и других видов деятельности.

Разработаны предложения относительно форм организации сбыта, включающих самостоятельную продажу, аутсорсинг, средства электронной коммерции, сбытовой кооператив, ассоциации производителей сельскохозяйственной продукции, что дает возможность выбора целесообразной и выгодной формы организации сбыта с позиций особенностей производственно-коммерческой деятельности предприятия. Предложен методический подход к определению уровня транзакций сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий, учитывающих затраты на организацию производственных, денежно-расчетных, договорных, финансовых, гражданско-правовых отношений и совместной деятельности.

Изложены концептуальные основы развития сбытовой деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, которые включают создание соответствующей инфраструктуры рынка для содействия сельскохозяйственным товаропроизводителям в сфере сбыта продукции. Они содействуют также развитию обслуживающих кооперативов, совершенствованию биржевого рынка, усилению антимонопольного контроля относительно цен на товары и услуги, потребляемые сельскохозяйственными товаропроизводителями, снижению транзакций в структуре издержек на сбыт продукции, техническому переоснащению аграрного сектора экономики.

Разработаны предложения по повышению роли государственных институтов в формировании сбытовой политики сельскохозяйственных предприятий, адаптации их к условиям международных торговых организаций и иностранных рынков. Определены направления совершенствования сбытовой политики субъектов хозяйствования в условиях развития мировых интеграционных процессов.

Ключевые слова: сбытовая политика, сбыт сельскохозяйственной продукции, аграрная сфера экономики, сбытовая деятельность, товаропродвижение, кооперация, инфраструктура рынка, объединения товаропроизводителей.

ANNOTATION

Sharapa O. M. Organizational-economic bases of marketing policy formation of agricultural enterprises. – Manuscript.

The Dissertation for the degree of PhD, specialty 08.00.04 – economy and management of enterprises (by types of economical activity). – Bila Tserkva, Belotserkovsky National Agrarian University, 2015.

The role of marketing in social reproduction processes in the development of integration processes between market players. Developed integrated promotion of products on the basis of agrilogistics and cooperation of agricultural producers with market participants.

Processed and supplemented with marketing concept and marketing tools for agricultural enterprises. The mechanism of formation of a marketing policy of commodity producers of agricultural products. The expediency of creation of associations of producers on cluster basis. Suggestions on forms of marketing.

Methodical approach to determine the level of transaction costs of sales of agricultural enterprises. The conceptual position of marketing activities, service cooperatives, exchange of agricultural markets.

Suggestions to improve the role of institutions in shaping public policy on the basis of sales of agricultural enterprises adapted for the conditions of international trade organizations and international markets. Directions improving marketing policy entities in the development of world integration processes.

Keywords: sales policy, agricultural products, agricultural sector of the economy, sales activities, promotion of products, cooperation, market infrastructure, commodity associations.

Підписано до друку 11.12.2015. Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Наклад 130 пр. Зам. 139.

Видання та друк – Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
03127, м. Київ-127, вул. Героїв Оборони, 10.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2065 від 18.01.2005 р.