

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 634.1.076:338.439.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/153-4>**Колокольчикова І. В.**кандидат економічних наук, доцент, докторант,
Полтавська державна аграрна академія
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5692-0901>**Kolokolchikova Iryna**

Poltava State Agrarian Academy

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МІСТКІСТЬ РИНКУ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Одним зі шляхів успішного розвитку ринку плодово-ягідної продукції Півдня України є підвищення ефективності реалізаційної діяльності. Ці дії є стратегічними, тому що дають змогу оцінити збутову політику господарств-виробників, визначити характерні риси, притаманні лише цьому регіону, встановити місткість реального ринку продукції. Виявлення характерних тенденцій, які притаманні регіону, що досліджується, щодо товарної структури зерняткових та кісточкових плодів, а також ягід дає можливість виокремити регіональний аспект розвитку галузі. Аналіз тенденцій розвитку ринку плодів та ягід за реалізаційними показниками та оцінювання каналів збуту дають підстави говорити про міцність зв'язків з потенційними покупцями. Отримані результати є підставою висновків щодо недоліків та складності процесу збуту задля пошуку шляхів їх вирішення.

Ключові слова: ефективність, збут, ринок, місткість ринку, рівень рентабельності, потенційні покупці.

EFFICIENCY OF SALES ACTIVITY AND MARKET CAPACITY OF FRUIT AND BERRY PRODUCTS IN THE SOUTH OF UKRAINE

The article is devoted to research of the market of fruit and berry products in the South of Ukraine on the issues of product sales, market capacity and analysis of the situation that has developed. The volume of sales of fruits and berries in Ukraine as a whole, as well as in its southern regions, namely in Zaporozhe, Mykolaiv, Odessa and Kherson. The analysis of the level of marketability of products in the context of agricultural enterprises and households that represent the small business sector. An explanation is given for the value of the level of profitability of sales. The result of the study is the following. Regional features of the implementation activities of farms in the South of Ukraine in the context of seed and stone fruits that are being sold are established. The analysis revealed that the region reflects trends in General relative to the volume of sales of grain fruits, namely apples. However, among stone fruits, the production volumes of such types as cherries, cherries, peaches and apricots, give grounds to conclude that the best position of the South of Ukraine among other natural zones. One of the reasons for this state is the natural and climatic potential of this growing area. The market capacity of this regional segment is estimated and it is found that there is a tendency to decrease the size of the indicator. Comparing the level of marketability of fruits and berries among agricultural enterprises and households of the population, leads to the conclusion that the best position for representatives of medium-sized businesses. Farms of the population have a low level of marketability of products due to the fact that most of them are not commercial in the form of management. The products are produced by the population for their own consumption, and only a part of it is sold as leftovers. Also, the reason for the low indicator is the lack of permanent connections with potential buyers and the inability to enter sales markets. There are several channels for selling products in Ukraine and in the southern part of the country. The reasons for reducing the profitability of implementation activities by regions are determined. As a comprehensive solution to complex issues in the market of fruit and berry products in the South of Ukraine is the development of a regional concept of development and implementation of its components in order to improve performance indicators.

Keywords: efficiency, sales, market, market capacity, level of profitability, potential buyers.

JEL classification: Q13

Постановка проблеми. Розвиток ринку плодово-ягідної продукції – це складний процес взаємодії продавців та покупців, який охоплює технологічний цикл від виробництва та реалізації до споживання. Чим оптимальніше побудовано ланцюг взаємовідносин між суб'єктами, тим ефективніше збутова діяльність, тим більше реальна місткість ринку. Для ринку плодів та ягід це актуально, тому що рівень споживання продукції практично вдвічі нижче за міжнародні норми, а

потенційна ємність потребує заповнення сегменту продукцією саме вітчизняного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ефективності збутової діяльності виробників сільськогосподарської продукції приділяється багато уваги. Серед учених, які займаються цією проблематикою, слід назвати таких, як Ю.В. Пруднікова [1], О.М. Загородна та І.В. Спільник [2], коло досліджень яких охоплює аналіз збутової політики. Пошуками

шляхів підвищення ефективності реалізації плодово-ягідної продукції займалися Ю.В. Кернасюк [8] та А.О. Харенко [9]. І.А. Сало [3] зупиняється на розумінні місткості ринку плодів як прогнозованої категорії. Прибутковість та рентабельність є об'єктом аналізу таких учених, як В.П. Мартиненко та І.Л. Кушик [10]. Однак регіональні аспекти цієї діяльності розкриті неповністю, тому робота у цьому напрямі актуальна та спрямована на виявлення тенденцій змін та пошуку шляхів вирішення складних питань.

Мета статті полягає в аналізі збутової діяльності виробників плодово-ягідної продукції Півдня України та оцінюванні місткості внутрішнього ринку, а також виявленні регіональних особливостей та проблемних питань.

Виклад основного матеріалу. Господарства, які займаються виробництвом продукції, розкривають потенціал галузі та формують місткість ринку регіону та країни. Вектором дій усіх ринкових операторів є отримання максимальних результатів, а саме високих показників результативності збутової діяльності, росту внутрішнього та зовнішнього сегменту, тобто місткості ринку, досягнення високого рівня споживання.

Збутова діяльність є підсумовуючим етапом господарської діяльності. Важливість цього процесу підкреслює Ю.В. Пруднікова, яка робить висновок, що «реальний процес збуту (реалізації) сільськогосподарської продукції відбувається в інституційних межах структур, які прийнято називати ринками сільськогосподарської продукції, а з урахуванням територіальних аспектів – локальними ринками сільськогосподарської продукції. Інституціоналізація відносин між продавцями та покупцями відповідної продукції відбувається історично, під впливом багатьох чинників, подекуди суперечливих. Свідчити про сформованість та ефективність функціонування подібних інституцій ми можемо лише на основі результатів об'єктивних досліджень» [1, с. 55]. Думку про стратегічне значення збуту поділяють О.М. Загородна та І.В. Спільник, вважаючи, що у сучасних умовах ринкової економіки головними факторами «виживання» виробничих підприємств є ефективна збутова політика та її цілеспрямований розвиток. Це відбувається внаслідок значного загострення конкуренції на ринках збуту, зростання витрат діяльності, підвищення вимог споживачів щодо якісного обслуговування. У зв'язку з цим все більш значущими стають

питання якості та ефективності функціонування збутової системи підприємства [2].

Процес збуту характеризується показниками місткості ринку, які показують потенційні та реальні можливості галузі, надають кількісну оцінку місцю конкретного продукту, підприємства та країни в цьому процесі. І.А. Сало підкреслює, що коли йдеться про місткість ринку, то мається на увазі обсяг плодів, які реалізуються на ринку виробниками, посередниками та торговцями, тобто продукція, що безпосередньо перебуває у сфері товарно-грошових відносин. Саме показник місткості фактично характеризує ефективність функціонування ринку та його інфраструктури [3, с. 52].

Розміри реалізаційних партій формуються залежно від потреби в продукції з урахуванням потенціалу виробництва та напрацьованих зв'язків з покупцями. На збут впливають безліч факторів. Ці операції здійснюються в умовах жорсткої конкуренції серед суб'єктів ринку. За останні роки обсяги виробництва плодово-ягідної продукції мали сталу тенденцію росту. Про реалізаційні показники так говорити не можна. Загальний обсяг реалізації продукції підприємствами загалом по Україні становив у 2018 р. 341,9 тис. т. Товарні партії зерняткових плодів з 2013 по 2018 рр. збільшились лише на 3,0%, ягідних культур – на 12,8%. Щодо кісточкових плодів спостерігається скорочення показників майже на 40%. В структурі збуту за 2018 р. з 341,0 тис. т реалізованих плодів та ягід 91,4% складають зерняткові, 5,6% – кісточкові плоди. Серед зерняткових плодів 89,7% припадають на яблука. Серед кісточкових плодів на черешню припадає 2,6%, на персики й нектарини – 1,6% (рис. 1) [4].

Ситуація з аналогічними показниками у південному регіоні є такою. У 2018 р. областями, а саме Запорізькою, Миколаївською, Одеською та Херсонською, реалізовано 48 701,8 т продукції, з яких 36 150,3 т, або 74,2%, зерняткових плодів та 11 965 т, або 24,6%, кісточкових плодів, інше складають ягоди. За період аналізу найвищі показники реалізації зафіксовано у 2013 р., 2015 р. та 2018 р., а саме 53 266 т, 50 351,4 т та 48 701,8 т відповідно. Щодо зерняткових плодів найкращими є 2015–2016 рр., а саме 38 682 т та 39 201,7 т. Щодо кісточкових плодів більше всього реалізовано у 2013 р., а саме 14 823 т, щодо ягідних культур – у 2014–2015 рр., а саме 920,8 т, 952,5 т (табл. 1).

Кількість реалізованої продукції в динаміці в середньому зменшується на 5–10%. В розрізі областей тенденція є такою. Щодо Запорізької та Миколаївської областей вона зменшилась на 12,6% та 17,6% (за рахунок скорочення реалізації кісточкових плодів на 34,0% та 50,1%), щодо Одеської області товарні партії скоротились майже на 50%. Реалізація ягід знизилась у Миколаївській та Одеській областях на 77,3% та 61,3%. Лише виробники Херсонської області показали ріст показників на 8,9% загалом, щодо зерняткових плодів – на 7,1%, кісточкових та ягід – на 14,9% та 9,6% відповідно [4].

З аналітичних даних видно, що місткість ринку плодів та ягід Півдня України віддзеркалює загальні тенденції. Якщо по Україні лідирують зерняткові культури, а саме продаж яблук, то в південному регіоні тенденція є аналогічною. Однак треба відзначити, що кісточкові плоди за обся-

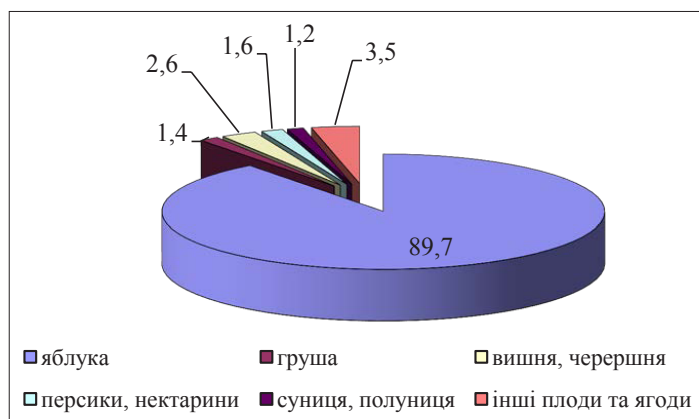


Рис. 1. Структура реалізації плодово-ягідної продукції в Україні, 2018 р.

Джерело: [4]

Таблиця 1

Динаміка обсягів реалізації плодів та ягід у південному регіоні за 2013–2018 рр., т

Найменування продукції	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 до 2013 рр., %
Культури плодови та ягідні, всього	53 266	46 186	50 351,4	47 773,3	39 222,4	48 701,8	91,4
зокрема, плоди культур зерняткових	37 770	35 137,9	38 682	39 201,7	28 281,1	36 150,3	95,7
плоди культур кісточкових	14 823	10 127,3	10 716,9	7 997,4	10 431	11 965	80,7
культури ягідні	673	920,8	952,5	560,2	510,3	588,1	87,3

Джерело: [4]

гами практично покривають потреби в продукції загалом по країні, і вони значно більші порівняно з іншими областями. Обсяги реалізації черешні, вишні, персика та абрикосу вищі серед інших регіонів, і ці стратегічні пріоритети регіону обумовлені частково наявним природно-кліматичним потенціалом зони Степу.

Рівень товарності, якій відображає, наскільки стабільні канали збуту продукції мають виробники, представлено на рис. 2.

Згідно з представленою динамікою видно, що рівень товарності по сільськогосподарських підприємствах практично в 4 рази перевищує аналогічні по господарствах населення. Сільськогосподарські підприємства у 2013 та 2014 рр. досягли максимального рівня показника, а саме 91,6% та 370%. Вплив імпорту в ці роки був суттєвим. Цю тенденцію також висвітлює Ю.В. Кернасюк, зазначаючи, що «у структурі споживання плодів, ягід і винограду частка імпорту останніми роками досить суттєво зросла, незважаючи на аналогічне збільшення виробництва продукції. Це свідчить про значний невикористаний потенціал внутрішнього ринку, який можливо ефективно використати за рахунок розвитку малого і середнього бізнесу на вирощуванні плодів, ягід і винограду» [8].

Низький рівень товарності плодів та ягід у господарствах населення пояснюється тим, що їх більшість не є товарною, вони вирощують продукцію для власного споживання, а продають лише залишки. Товарні господарства реалізують у середньому 35–40% від виробленого, тому що більше просто не в змозі продати (неналагоджені зв'язки з постійними покупцями). За статистичними даними у 2013 р. рівень товарності по плодах становив 19,2%, а у 2015 р. він виріс до 26,1%.

Протягом 2013–2018 рр. у структурі каналів реалізації плодово-ягідної продукції переробні підприємства становили 24,5%, ринок – 11,2%, а інші напрями – 64,2%. Щодо структури каналів А.О. Харенко звертає увагу на те, що основними покупцями плодів та овочів є комерційні організації, які купують зазначену продукцію задля подальшого перепродажу. Щодо плодів спостерігається аналогічна тенденція, але стосовно продажу комерційним організаціям (до 80%). Сільськогосподарські підприємства перестали збувати плоди переробним підприємствам, що є негативною тенденцією, оскільки реалізація продукції безпосередньо їм є в перспективі одним з найбільш ефективних та стабільних каналів збуту. Останніми роками в Україні спостерігається стрімке зростання кількості роздрібних мереж супермаркетів. Проте обіг продукції через них здебільшого не перевищує 4–5% від загального товарообігу, тоді як у західних країнах цей показник коливається в межах 15–20% [9].

Виробниками Півдня України продукція реалізується за такими каналами, як ринок (від 24% до 28%, лише по Одеській області – 12–15%); інші напрями (від 50,0% до 73%). Найбільш нестабільним є канал «реалізація переробним підприємствам», тому що є коливання питомої ваги цього каналу.

З використанням АВС-методу було виділено області, які забезпечують дохідність галузі. За 2010–2011 рр. до групи А входили Херсонська та Миколаївська, до групи В – Запорізька та Одеська. За 2013–2014 рр. такою областю була Львівська область. У 2015–2018 рр. Херсонська та Запорізька області перебували у групі А, у групу В та С входили Миколаївська та Одеська області.

Отримання прибутку та підвищення рентабельності збутової діяльності має як економічне, так і соці-

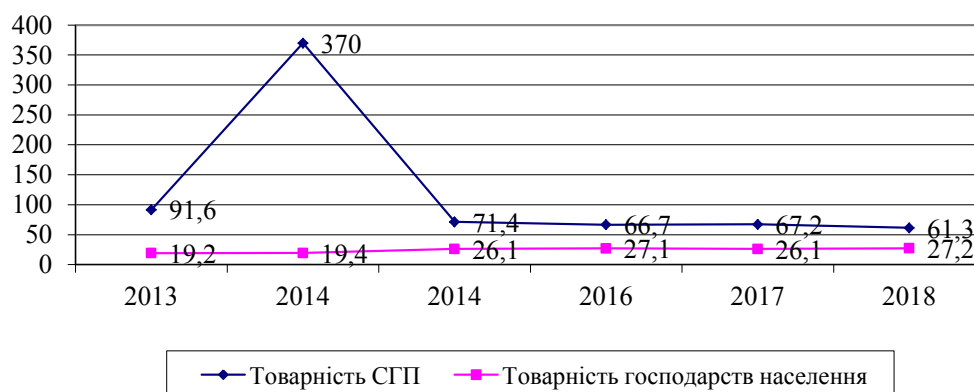


Рис. 2. Рівень товарності плодово-ягідної продукції по сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення України

Джерело: розраховано на основі джерел [4; 6; 7]

Таблиця 2

Рівень рентабельності продукції плодів та ягід у підприємствах за регіонами

Області	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Україна	127,5	65,8	58,3	25,0	35,4	6,4
Запорізька	22,3	0,1	27,9	6,1	-6,8	-27,3
Миколаївська	12,8	-6,9	13,5	-7,3	-11,1	-29,8
Одеська	39,6	-14,1	21,7	2,7	9,2	-2,2
Херсонська	5,3	31,4	26,5	-1,3	-2,6	-17,5

Джерело: [6]

альне значення. Економічне значення проявляється в розвитку виробництва, насиченні внутрішнього ринку, підвищенні продовольчої безпеки держави, а соціальне значення – у зменшенні безробіття, збільшенні підприємницької активності населення, задоволенні соціальних потреб суспільства [10].

Рівень рентабельності збутової діяльності загалом по Україні показує, що найвищим він був у 2013 р. щодо сільськогосподарських підприємств, адже становив 127,5%, у 2015 р – щодо фермерських господарств, адже становив 66,2%. 2018 р. – це рік з найнижчими показниками рентабельності в галузі садівництва за останні 6 років. За даними державної статистики рентабельність збутової діяльності сільськогосподарських підприємств дорівнювала 6,4%, фермерських господарств – 22,6% [6].

В розрізі областей Півдня України розрахункові показники рівня рентабельності представлені в табл. 2.

Згідно з даними, по всіх областях лише у 2013 та 2015 рр. реалізація плодів та ягід була рентабельною. У звітному році найнижчими були показники рівня збитковості по Запорізькій та Миколаївській областях, а саме 27,3% та 29,8% відповідно. Практично пододала збитковість Одеська область, маючи лише -2,2%.

В.П. Мартиненко та І.Л. Кушик вважають, що головною проблемою аграрних підприємств України є недостатньо висока рентабельність виробництва, яка пов'язана з двома причинами, такими як занижена ціна на продукцію та надмірні витрати. Це дає підстави стверджувати, що управлінню рентабельністю на сільськогосподарських підприємствах менеджерами приділялась увага не на достатньому рівні. Основними цілями управління рентабельністю є мінімізація витрат і, як наслідок, максимізація прибутку, підтримання сталих темпів зростання економічного потенціалу підприємства, забезпечення максимізації ринкової вартості підприємства, мінімізація фінансових невдач і запобігання банкрутству. Для досягнення цих цілей, як пока-

зало дослідження, підприємствам аграрного сектору в Україні необхідна державна підтримка, в основу якої має бути покладено вдосконалення цінової, податкової, кредитної та митної політики щодо сільськогосподарських товаровиробників. Крім того, особливе значення для отримання максимального прибутку аграрними підприємства має оптимізація структури посівів, яка не потребує додаткових інвестицій, але сприяє збільшенню виробництва продукції [10]. Причин такого погіршення ситуації на ринку плодів та ягід багато. Погоджуючись з цими висновками, можемо доповнити, що на рівень рентабельності впливають ціни в певні періоди року, а основною причиною є відсутність стійких зв'язків з потенційними покупцями, неможливість зберігання та власної переробки продукції, неможливість безпосереднього продажу продукції споживачеві з уникненням ланки посередників.

Висновки. Держава завжди ставить перед собою мету більш повного задоволення потреб пересічних громадян. Плоди та ягоди є складовими частинами споживчого кошику пересічного громадянина, мають цінні властивості та постійний попит. Сьогодні показує, що місткість регіонального ринку невелика. Незважаючи на сприятливі природно-кліматичні умови, потенціал галузі розкрито неповністю. Збитковість підприємств не дає можливості зміцнювати матеріально-технічну базу. Низька підприємницька активність не сприяє створенню сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів серед представників малого бізнесу для уникнення ланки комерційних посередників. Таким чином, основними шляхами збільшення ємності ринку плодів та ягід Півдня України є розроблення та реалізація регіональних концепцій та заходів, які будуть прийнятними для всіх операторів ринку і які врахують всі важелі, що впливають на розвиток ринку, спрогнозують поведінку цільових факторів та індикаторів цього процесу.

Список використаних джерел:

1. Пруднікова Ю.В. Аналіз динаміки та структури реалізації сільськогосподарської продукції в Україні на рівні локальних ринків. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч. 1. С. 54–60.
2. Загородна О.М., Спільник І.В. Збутова діяльність підприємства: аналіз ефективності. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21047/2/TRM_2017_Zahorodna_O_M-Zbutova_diiialnist_pidpriemstva_93-105.pdf (дата звернення: 20.03.2020).
3. Сало І.А. Сучасний стан і прогноз місткості ринку плодів в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2014. № 12. С. 52–55.
4. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2013–2018 : статистичний бюлетень 2013–2018 рр. URL: <https://ukrstat.org> (дата звернення: 18.03.2020).
5. Рослинництво України : статистичний збірник за 2018 р. Київ, 2019. 222 с.
6. Сільське господарство України за 2018 р. : статистичний збірник. Київ, 2019. 235 с.
7. Основні показники сільськогосподарської діяльності домогосподарств у сільській місцевості в 2018. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.03.2020).
8. Кернасук Ю.В. Ринок плодово-ягідної продукції: стан, прогнози та рентабельність. *Агробізнес. Економічний гектар*. 2019. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/15148-rynok-plodovoi-ahidnoi-produktsii-stan-prohnozy-ta-rentabelnist.html> (дата звернення: 20.03.2020).

9. Харенко А.О. Канали реалізації плодоовочевої продукції сільськогосподарськими підприємствами. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/960> (дата звернення: 20.03.2020).

10. Мартиненко В.П., Кушик І.Л. Управління рентабельністю сільськогосподарських підприємств. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/78.pdf> (дата звернення: 20.03.2020).

References:

1. Prudnikova Yu. V. (2015) Analiz dynamiky ta struktury realizatsii silskohospodarskoi produktsii v Ukraini na rivni lokalnykh rynkiv [Analysis of dynamics and structure of sales of agricultural products in Ukraine at the level of local markets]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 13(1), pp. 54–60.

2. Zahorodna O. M., Spilnyk I. V. Zbutova diialnist pidpriemstva: analiz efektyvnosti [Sales activity of the company: efficiency analysis]. Available at: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21047/2/TRM_2017_Zahorodna_O_M-Zbutova_diialnist_pidpriemstva_93-105.pdf (accessed: 20 March 2020).

3. Salo I. A. (2014) Suchasnyi stan i prohnoz mistkosti rynku plodiv v Ukraini [Current state and forecast of fruit market capacity in Ukraine]. *Visnyk ahraryoi nauky*, no. 12, pp. 52–55.

4. State Statistics Service of Ukraine (2019) Realizatsiia produktsii silskohospodarskymy pidpriemstvamy za 2013–2018 [Sales of products by agricultural enterprises in 2013–2018]. Available at: <https://ukrstat.org/druk/publicat/Arhiv> (accessed: 18 March 2020).

5. State Statistics Service of Ukraine (2019) Roslynnystvo Ukrainy: statystychnyi zbirnyk za 2018 rik [Crop production of Ukraine: statistical yearbook for 2018], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

6. State Statistics Service of Ukraine (2019) Silske hospodarstvo Ukrainy za 2018 rik [Agriculture of Ukraine for the year 2018], Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

7. State Statistics Service of Ukraine (2019) Osnovni pokaznyky silskohospodarskoi diialnosti domohospodarstv u silskii mistse-rosti v 2018 [Key indicators of agricultural activity of households in rural areas in 2018]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (accessed: 18 March 2020).

8. Kernasiuk Yu. V. (2019) Rynok plodovo-yahidnoi produktsii: stan, prohnozy ta rentabelnist [Market of fruit and berry products: state, forecasts and profitability]. *Ahrobiznes. Ekonomichnyi hektar*. Available at: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/15148-rynok-plodovoiahidnoi-produktsii-stan-prohnozy-ta-rentabelnist.html> (accessed: 20 March 2020).

9. Kharenko A. O. Kanaly realizatsii plodoovochevoi produktsii silskohospodarskymy pidpriemstvamy [Channels for the sale of fruit and vegetable products by agricultural enterprises]. Available at: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/960> (accessed: 20 March 2020).

10. Martynenko V. P., Kushyk I. L. Upravlinnia rentabelnistiu silskohospodarskykh pidpriemstv [Managing the profitability of agricultural enterprises]. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/78.pdf> (accessed: 20 March 2020).