

УДК 339.13

М. А. Терещенко,
к. е. н., кафедра аналізу і контролінгу,
Таврійський державний агротехнологічний університет

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ КОМБІКОРМОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто шляхи виходу комбікормових підприємств із кризового стану. Одним з них є маркетинговий підхід до питання виробництва і збуту комбікормів. Розроблено концепцію маркетингу підприємств на ринку комбікормової продукції. Рекомендовано використання всіх підходів до організації маркетингової діяльності: вдосконалення виробництва; вдосконалення концепції інтенсифікації комерційних зусиль; концепції маркетингу і концепції соціально-етичного маркетингу.

The way out from the crises situation for mixed fodder plants is described. One of them is marketing approach for the production and selling processes of mixed fodder. The marketing concept for the mixed fodder enterprises is developed. The using of all described approaches to the marketing activity of the enterprises is recommended, such as: improvement of production, improvement of the intensification concept for the commercial approaches, marketing concept and of the social and ethic marketing.

Ключові слова: споживач, форми господарювання, сукупний суспільний продукт, концепція інтенсифікації, комерційні зусилля, концепція маркетингу, облік, аналіз, аудит, моніторинг, господарський механізм.

Споживач в ринкових умовах стає основною ланкою, що впливає на темпи розвитку і функціонування агропромислових підприємств. Головним важелем дії є швидко змінний попит на продукцію, що впливає на систему економічних показників підприємства (ціна і якість продукції, асортимент і обсяг продукції, ритмічність випуску і форма поставки продукції і т.ін.). Ці показники напряму залежать від величини витрат живої і уречевленої праці. Отже, для забезпечення ефективного функціонування тваринницького комплексу в ринкових умовах необхідно інтенсифікувати працю шляхом спеціалізації, кооперації і інтеграції, що забезпечує розширене відтворення тваринницької продукції.

Тому у якості провідних напрямів збалансованого розвитку різних форм господарювання в агропромисловому комплексі прийняті ключові питання організації системи руху сукупного суспільного продукту при розширеному відтворенні, незалежно від форм власності і видів господарювання. Крім того, в умовах

ринку дуже важливо мати на увазі необхідність сучасної орієнтації підприємств на всі нові вимоги споживачів і оперативність адаптації товаровиробників до вимог ринку, які змінюються. Це є основними напрямками формування господарського механізму в умовах кооперації і інтеграції АПК при ринкових відносинах.

Під господарським механізмом підприємства (комплексу) слід розуміти системне поєднання конкретних форм і методів взаємодії і розвитку виробничих відносин в просторі на певному відрізку часу відтворювального процесу. В цьому випадку питання формування господарського механізму і його використання можуть ефективно розв'язуватися лише в плані фактичної роботи всіх ланок відповідної системи, виходячи з необхідності послідовної реалізації об'єктивних закономірностей відтворювального процесу на певному відрізку часу суспільного розвитку.

Слід зазначити, що на дію господарського механізму впливає кожна з двох рівнозначних сфер: виробництва та споживання. Тому при

адаптації його до умов ринку необхідно враховувати вимоги обох сфер, тільки в цьому випадку можна говорити про створення гармонізованого функціонування.

Сфера споживання комбікормів охоплює споживача (індивідуального і колективного), ринок, державу і формує товарно-грошовий обіг. Для сфери обігу важливі економічні показники вихідної продукції (асортимент і обсяг, ритмічність випуску і форми поставки, якість продукції, її ціна і т.ін.), на величину яких впливає рівень організації виробництва.

Рівень організації є системою характеристик, що кількісно визначають функціонування, розвиток конкретного підприємства, використання ресурсів (залучення в господарський оборот земельних, паливно-енергетичних і інших ресурсів) і ефективність суспільного виробництва — рівень продуктивності праці, спеціалізації і концентрації, рентабельності виробництва, енерго- і електроозброєності праці, собівартості продукції, фондомісткості і фондівіддачі, матеріаломісткості і трудомісткості продукції, фондоозброєності праці. При цьому до рішення питань перспективного розвитку підприємств комбікормової індустрії необхідно підходити з позицій нової стадії розвитку суспільства, яка змінює його індустріальну стадію і глибокої трансформації всіх форм суспільного життя на базі науково-технічного прогресу.

Необхідно сказати, що ринковий механізм охоплює безліч попарно протилежних фаз кругообігу капіталу у вигляді $T' - \Gamma'$ одних підприємств і $\Gamma - T_{\text{зн}}^p$ інших підприємств. На уязві цих актів обігу і будується на індустріальній стадії функціонування маркетинг, з одного боку, на реалізацію своєї продукції на ринку, а з другого боку — на покупку необхідних йому компонентів виробництва.

В економічній літературі є десятки різних тлумачень маркетингу, аж до того, що одні автори відносять його до науки, а інші — до мистецтва [1, 2, 3, 4, 5]. Ми пропонуємо під маркетингом розуміти систему комплексного управління процесом розширеного відтворення на підприємстві і просування товару до споживача, яка забезпечує вибір найкращого варіанту співвідношень між витратами і результатами і досягнення оптимального обсягу виробництва в умовах попиту і пропозицій на ринку даного товару.

Традиційні маркетингові організації і управління виробництвом і відтворенням на підприємстві індустріальної стадії розвитку привнесли принципово нову якість в ринковий механізм господарювання — істотно значущі елементи свідомої цілеспрямованої дії на ви-

робництво і на ринковий попит. Але ця нова якість дії обмежується лише двома стадіями кругообігу капіталу $\Gamma - T_{\text{зн}}^p; T' - \Gamma'$.

Використання комп'ютерного моніторингу в аналізі, моделюванні і підборі найбільш оптимального варіанта діяльності в мережі міжгалузевих виробничо-господарських зв'язків означає упровадження в стихійний ринковий оборот (у ринкову економіку на її мезорівні) початок свідомого цілепокладання. Реалізація такого цілепокладання в економічній науці і господарській практиці міжгалузевих зв'язків є маркетингом.

При цьому облік, аналіз, аудит, моніторинг всіх видів ресурсів підприємства, а також існуючого і можливого попиту на його продукцію необхідно здійснювати із застосуванням передових комп'ютерних технологій. Це слугуватиме базою інформаційного фундаменту для комп'ютерного моделювання різних варіантів функціонування і розвитку в рамках мезомаркетингу.

Вищесказане свідчить, що досягти ефективного рівня організації виробництва можна лише за наявності певного інструментарію і чіткої класифікації функцій господарювання, відповідних вимогам сфери функціонування.

Сфера функціонування кооперації і інтеграції виробництва в ринкових умовах включає окремі фермерські господарства по вирощуванню тваринницької продукції і птахів, колективні і суспільні господарства різних форм власності і видів господарювання, переробні і торгівельні підприємства. Господарську діяльність всіх цих ланок в умовах ринку необхідно гармонізувати так, щоб їх інтереси не суперечили інтересам сфери споживання. Отже, потрібна модель для формування господарського механізму і його адаптації до ринкових умов.

Модель (лат. *modus* — міра, франц. *modele* — зразок) — штучно створений зразок, уявний або умовний, у вигляді схеми, креслення, логіко-математичних знакових формул, фізичної конструкції якого-небудь об'єкту, процесу або явища ("оригіналу" даної моделі), використаних як його "заступник", "представник". Вона відтворює в простішому, зменшеному вигляді структуру, властивості, взаємозв'язки і відносини між елементами досліджуваного об'єкта, безпосереднє вивчення якого пов'язане з якими-небудь труднощами, великими витратами засобів. Тим самим модель полегшує процес отримання інформації про предмет, що цікавить нас. У нашому випадку (рис. 1.) модель дає набір інструментарію і послідовність адаптації господарського механізму до ринкових умов, перелік економічних показників виробництва, що оптимізуються

СФЕРА ФУНКЦІОНУВАННЯ		ЛЮДИНА КОЛЛЕКТИВ СУСПІЛЬСТВО		ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ		ФУНКЦІЇ ГОСПОДАРЮВАННЯ		ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ		РІВЕНЬ ОРГАНІЗАЦІЇ		ВИХІДНА ПРОДУКЦІЯ		ТОВАРНО-ГРОШОВИЙ ОБІГ		СПОЖИВАЧ РИНОК ДЕРЖАВА		СФЕРА СПОЖИВАННЯ											
Реалізація продукції	Обслуговування виробництва	Виготовлення продукції	Забезпечення виробництва	Підготовка виробництва	Розвиток виробництва	Поставка по держзамовленню, кооперації, оптова, роздрібна	Господарське, транспорт, ремонт машин й механізмів	Види продукції і послуг	Кормами, енергією, інструментом, кадрами, медикаментами, добривами	Фінансова, будівельна, наладка машин, конструкторська, технологічна, організаційно-економічна, кадрова	Соціальний, технічний, науковий	Маркетинг	Закони та закономірності функціонування	Закони та закономірності розвитку	Закони та закономірності формування	Моделювання та еспериментування	Функціонально-вартісний аналіз	Рентабельність виробництва	Енерго- і електро-озброєність	Собівартість продукції	Фондомісткість та фондодідача	Матеріалоємність та трудоємність продукції	Фондоозброєність	Ціни	Форма постачання	Якість продукції	Ритмічність випуску	Обсяг продукції	Асортимент

Рис. 1. Модель адаптації господарського механізму до функціонування в умовах ринку

при цьому.

Дефіцит і дорожня сировини, енергоресурсів зумовлюють скорочення виробництва комбікормової продукції. Скорочення випуску продукції знижує рівень фондодідачі. У цій ситуації слід робити ставку на виявлення внутрішніх резервів виробництва. Найменш капіталомістким напрямом є розробка і упровадження господарського механізму організацій, підприємств, їх об'єднань, асоціацій тощо. Крім того, загальновідома роль людського чинника в питаннях функціонування господарського механізму. Тому будь-яка зміна складу працівників підприємства зумовлює необхідність реорганізації господарського механізму.

З метою вдосконалення господарського механізму системно аналізувалися всі його організаційні змінні, що є основою ефективного функціонування.

Об'єктивно в господарському механізмі тісно переплітаються закони і закономірності:

- організаційно-технічні, що відображають відносини людини і природи, людини і техніки, а також самих технічних засобів, автоматизації фізичної і розумової праці;

- соціально-економічні, що відображають широкий спектр відносин між класами, соціальними прошарками і групами суспільного виробництва, в різних сферах суспільної свідомості і суспільної психології;

- соціально-психологічні, що відбуваються як з суспільної, так і біологічної обумовленості людської поведінки і людських відносин — міжособових, міжгрупових, усередині особових, які в сукупності характеризують відношення людей до праці, накопичення і використання ними свого творчого і іншого потенціалу і т.ін.

Зовнішнє середовище діяльності підприємств, організацій і їх асоціацій на ринку комбікормової продукції є нестабільним, невизначеним, суперечливим. Це об'єктивно вимагає комплексного підходу до господарського механізму, розповсюдження в його теорії і практиці системного підходу, а також супутнього йому різноманітного наукового і прикладного інструментарію.

У змістовному аспекті проектування господарського механізму структурних виробничих утворень є сукупністю стадій, операцій, прийомів, дій і черговість їх виконання по перетворенню початкової інформації. Але технологія проектування господарського механізму — багатоаспектне поняття і його зміст багатогранний. Тому процес проектування слід диференціювати. При цьому доцільно виділити такі стадії:

- обґрунтування і формування цілей —

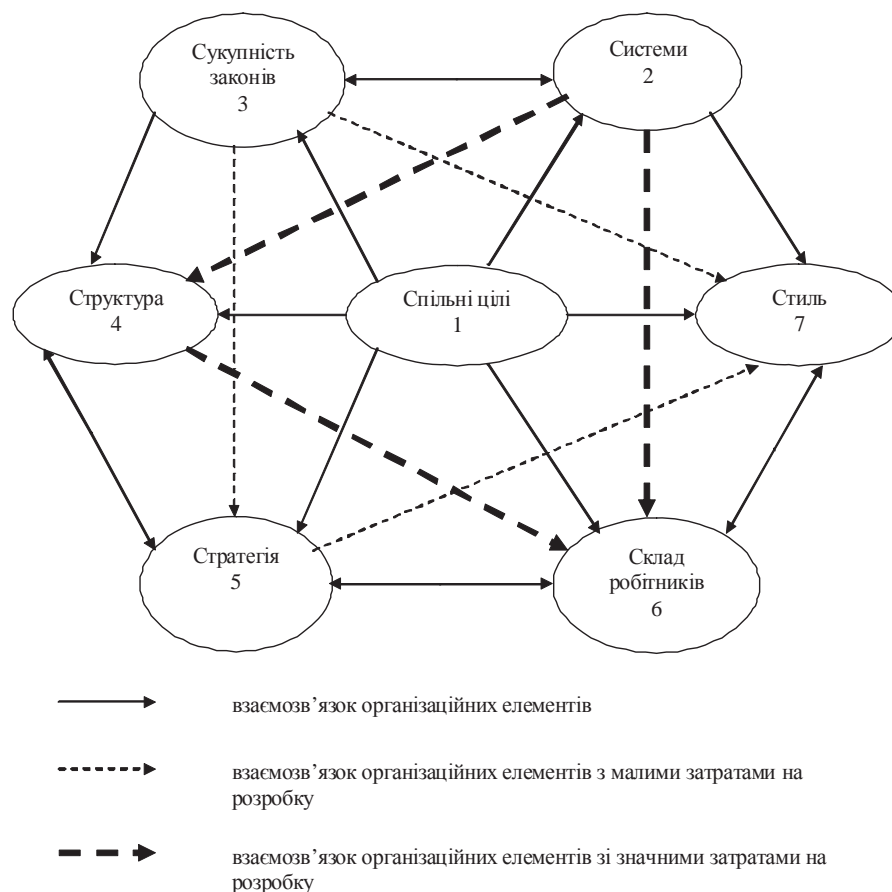


Рис. 2. Системоутворюючі основи ефективного функціонування господарського механізму підприємств на ринку комбікормової продукції

функціонування виробничої системи в цілому і її окремих елементів;

— обґрунтування сукупності взаємних елементів конкретного виробництва, яке забезпечує досягнення кінцевої мети функціонування;

— визначення сукупності законів і закономірного функціонування елементів виробництва у внутрішньому і зовнішньому взаємозв'язку;

— розробка структури виробництва і міцних зв'язків її елементів;

— визначення складу працівників виробництва і управління;

— визначення засобів руху до мети функціонування виробництва, взаємодії і відносин елементів виробництва;

— вибір і адаптація методів, способів, послідовності реалізації прийомів і напрямів дій досягнення конкретної мети функціонування об'єкту.

Названі стадії проектування в практичному аспекті розглядаються як самостійні. При цьому необхідно відзначити, що такі елементи проектування господарського механізму як визначення загального і всебічного плану досягнення мети функціонування підприємства і вироблення способів руху до мети функціонування виробництва, взаємодії і відносин еле-

ментів виробництва часто взагалі ігнорують. Тому, враховуючи ступінь теоретичної розробки і рівень практики функціонування господарського механізму в ринкових умовах, вважаємо за необхідність використовувати в практичному проектуванні підприємств цілісну концепцію створення господарського механізму.

Щоб полегшити розуміння комплексності, легшого сприймання напрямів і обсягу роботи по вдосконаленню (проектуванню) господарського механізму в умовах становлення багатокладної економіки, наведемо результати досліджень у вигляді моделі інструментарію (рис. 2).

На перший погляд, здається дріб'язковою роботою алітерація (повтор приголосної, підсилюючої звукову виразність мови) в технічному тексті, проте, з деякими натяжками, скороченнями і підготовками в магічній "сімці" змінних автору вдалося позначити початок всіх їх назв з букви "С" і зобразити у вигляді схеми взаємоз-

в'язку семи системоутворюючих основ ефективного функціонування господарського механізму. Даний підхід забезпечує не тільки звукову виразність, але і цілеспрямовану послідовність в рішенні задач ефективного функціонування господарського механізму.

Література:

1. Браславец М.Е. Экономико-математические методы в организации и планировании сельскохозяйственного производства. — М.: Экономика, 1971. — 357с.
 2. Галушко В.П., Хоменко В.Ф. Державне регулювання та підтримка сільськогосподарського виробництва в розвинутих країнах // Економіка АПК. — 1998. — № 11. — С. 3—7.
 3. Завадський Й.С. Державне регулювання економіки АПК // Економіка АПК. — 1999. — № 1. — С. 69—75.
 4. Завадський Й.С. Державне регулювання економіки АПК // Економіка АПК. — 1999. — № 1. — С. 69—75.
 5. Пороховский А. Экономически эффективное государство: американский опыт // Вопросы экономики. — 1998. — № 3. — С. 81—89.
- Стаття надійшла до редакції 18.03. 2009 р.