

Використання агрологістики як інструменту маркетингової діяльності у сфері АПК

Шумкова О.В., к.е.н., доцент

кафедри статистики, АГД та маркетингу Сумського НАУ

Важливу роль в агропромисловому комплексі, який охопив цілий ряд галузей народного господарства відіграє не тільки виробництво сільськогосподарської продукції, а і її реалізація.

Маркетинг, як інструмент ринкової діяльності, забезпечує оптимальну швидкість просування сільськогосподарських товарів, при якій співвідносяться найбільш вигідні темпи їх продажу та обігу при мінімальних витратах на зберігання запасів, а також при збереженні можливості повністю задовольняти споживчий попит. Таким чином, маркетинг виступає у якості прискорювача процесів, що відбуваються у системі «виробництво - обмін – споживання» і робить кінцевий результат таким, який найбільш повно відповідав би кінцевій меті суспільного розвитку.

Маркетинг являє собою наукову концепцію, яка заснована на системі управління виробничою та збутовою діяльністю підприємств АПК, що забезпечує виявлення потреб споживачів, і виробництво відповідних цим потребам видів сільськогосподарської продукції, просування товарів до споживачів, одержання на цій основі максимального прибутку.

Ефективне застосування маркетингу на підприємствах АПК перебуває у безпосередньому зв'язку з досконалим менеджментом. Таке управління охоплює собою організацію керівниками і спеціалістами АПК раціональної та якісної роботи співробітників, цілеспрямований вплив менеджера на підлеглих йому працівників в інтересах успішного вирішення завдань, що поставлені перед ними, та результативної роботи підприємства.

Здійснення маркетингового менеджменту вміщає складові частини: 1) дослідження ринку та визначення можливостей розвитку; 2) сегментування, відбір цільових ринків та позиціонування товару на ринку; 3) формування маркетингового комплексу; 4) впровадження кожного із зазначених заходів.

Однією з складових маркетингового комплексу є збутова діяльність, яка зорієнтовує виробництво на задоволення платоспроможного попиту споживачів, створює ефективні канали розподілу та товароруху, формує та підтримує попит на вироблену продукцію. Найефективнішу організацію розподілу виробленої продукції забезпечує збутова логістика (логістика розподілу), що впроваджує раціональні канали товароруху.

Одним з найефективніших шляхів удосконалення збутової діяльності підприємств АПК є інтеграція логістики розподілу та маркетингу. Якщо маркетинг займається вивченням ринків збуту виробленої продукції, розробкою цінових стратегій, організацією комунікаційної діяльності, виявленням та створенням задовільного попиту то логістика повинна задовольнити цей попит із мінімальними витратами (застосування логістичних прийомів дозволить знизити рівень витрат на 20 – 30%). Нажаль, взаємозв'язок логістики і маркетингу на підприємствах аграрної сфери використовується недостатньо.

Значна частина витрат припадає на транспортування, так, наприклад, логістична складова у вартості зернових культур в Україні складає близько 35%, тоді як у США тільки 9%, а у європейських країнах – 12 – 16%. Відповідно, з'являється можливість використання нового напрямку логістики – агрологістика. Загальною метою якої є забезпечення високоякісного обслуговування споживачів за оптимальних витрат, тому для ефективності сільського господарства потрібно не лише забезпечити виробництво продукції, а і піклуватись про ефективну збутову діяльність.

В Україні агрологістика тільки починає розвиватись. Разом із тим у США, Канаді, Західній Європі, Австралії фахівці аграрної сфери вже давно оцінили високу ефективність використання логістичних підходів в агробізнесі. Сьогодні у багатьох країнах Європейського Союзу урядові структури беруть на себе ініціативну роль під час впровадження логістичних підходів у діяльність аграрних підприємств.

Агрологістика має свої наукові принципи, методи, схеми, прийоми, моделі, що дають змогу планувати, управляти та контролювати складування і

транспортування інші матеріальні та нематеріальні операції, що виникають у процесі доведення сировини та матеріалів до сільськогосподарського підприємства, виробництва й реалізації готової продукції до клієнтів. Фахівець з логістики на аграрному підприємстві повинен максимально ефективно поєднувати всі види логістики.

Для максимальної ефективності логістики в аграрному секторі економіки потрібно менеджерам підприємств звернути особливу увагу на компоненти ефективності логістики (рис.1).

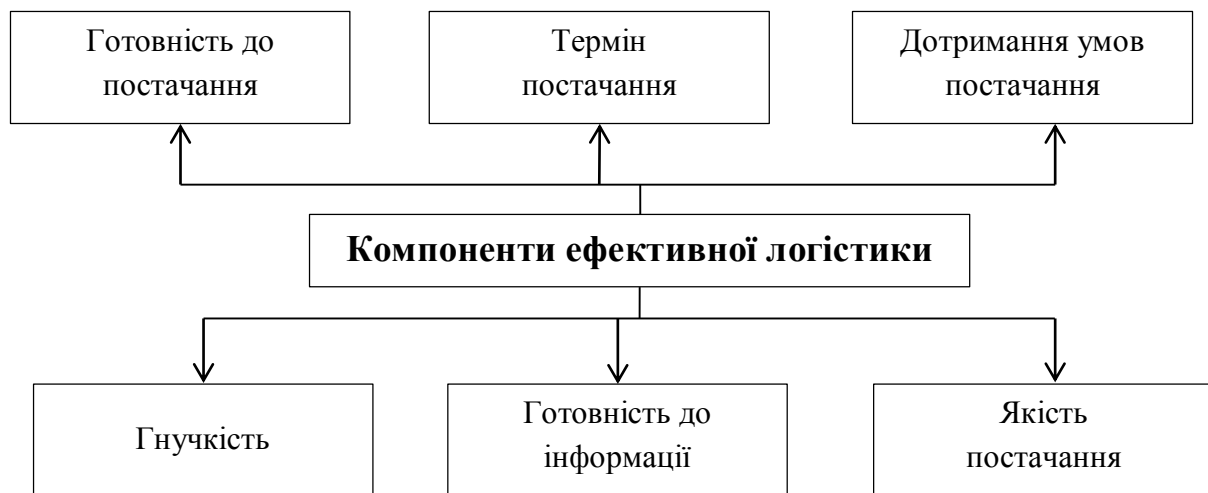


Рис.1. Компоненти ефективної логістики

Взаємодія вказаних компонентів має забезпечити швидке реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища за рахунок врахування великої кількості факторів і наявності необхідної кількості потрібної інформації та виведення аграрного підприємства на вищий рівень розвитку й закріплення його положення на ринку.

Отже, сьогодні варто акцентувати увагу на розвитку логістики у сфері агропромислового комплексу, так як впровадження агрологістики набуває все більшої актуальності в умовах пов'язаних з процесами інтеграції та глобалізації.

1. Величко А. П. Развитие транспортной экспортно-ориентированной агрологистики в Украине / А. П. Величко // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1. – С. 151-156

2. Кучерова Я. Логистика сезона-2014: новый уровень эффективности [Электронный ресурс] / Я. Кучерова – Режим доступа : <http://www.zerno-ua.com/?p=15045>

3. Нечипоренко К.В. Проблемы розвитку транспортної логістики сільськогосподарських товаровиробників / К.В. Нечипоренко // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Випуск 10(37). – Ч. 4. – Редкол.: відп. ред. д.е.н., професор Герасимчук З.В. – Луцьк, 2013. – С. 40-46.

4. Маргіта Н.О. Сучасні тенденції впровадження «зеленої» логістики / Н.О. Маргіта, У.З. Білоніжка // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2014, №1 С. 279-284.

5. Смирнов І.Г. Транспортна логістика / І.Г. Смирнов, Т.В. Косарева. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224с.

6. Величко О.П. Логістика в системі менеджменту підприємств аграрного сектору економіки: Монографія / О.П. Величко. - Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. - 525 с.

References.

1. Velichko A. P. (2014) “Development of the transports of export-oriented agrologistics in Ukraine Problemy sovremennoj jekonomiki”, *Problems of modern economics*, vol. 1, pp. 151-156.

2. Kucherova Ja. (2014) “The logistics 2014 season: a new level of efficiency”, *Zerno*, [Online], vol . 3, available at: <http://www.zerno-ua.com/?p=15045> (Accessed 10 Oct 2015).

3. Nechyporenko K.V. (2013) “Problems of development of transport logistics for agricultural producers” *Ekonomichni nauky. Seriiia «Oblik i finansy»*. *Zbirnyk naukovykh prats'. Luts'kyj natsional'nyj tekhnichnyj universytet*, no.10(37), pp. 40-46.

4. Marhita N.O. and Bilonizhka U.Z. (2014) “Modern trends in the implementation of «green» logistics”, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 1, pp. 279-284.

5. Smyrnov I.H. and Kosareva T.V. (2008) *Transportna lohistyka* [The transport logistics], Tsentru uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

6. Velychko O.P. (2015) *Lohistyka v systemi menedzhmentu pidpriemstv ahrarnoho sektoru ekonomiky* [Logistics in the system of management of enterprises in agrarian sector of economy], Aktsent PP, Dnipropetrovs'k, Ukraine.