

МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ МОЛОЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ У ПРИЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ

MARKETING APPROACHES TO THE WHOLESALER TRADE OF DAIRY PRODUCTS OF THE BLACK SEA REGION

У статті проведено теоретичний аналіз публікацій, у яких піднімалися питання щодо розвитку товарообороту продовольчих товарів, зокрема молочної продукції, в Україні. Автором наведено динаміку вартості молочної продукції за оптової торгівлі і виявлено, що ціна реалізації на молочну продукцію збільшилася у 2,24 рази за останні сім років. Проведено дослідження щодо відповідності вартості товарних запасів та оптового товарообороту молочних продуктів. Відзначено низький рівень забезпеченості торгових складів молочною продукцією за 2011–2016 рр.

Ключові слова: оптовий товарооборот, молочна продукція, товарні запаси, ринок молока, ціна молочної продукції, Причорноморський регіон.

В статье проведен теоретический анализ публикаций, в которых обсуждались вопросы по развитию товарооборота продовольственных товаров, в частности молочной продукции, в Украине. Автором приведена динамика стоимости молочной продукции при оптовой торговле и выявлено, что цена реализации на молочную продукцию

увеличилась в 2,24 раза за последние семь лет. Проведено исследование соотношения стоимости товарных запасов и оптового товарооборота молочной продукции. Отмечен низкий уровень обеспеченности торговых складов молочной продукцией за период 2011–2016 гг.

Ключевые слова: оптовый товарооборот, молочная продукция, товарные запасы, рынок молока, цена молочной продукции, Причерноморский регион.

The article presents a theoretical analysis of publications, in which issues of the food commodity development in Ukraine, in particular dairy products, were discussed. The author presents the trend of the dairy products cost in wholesale and reveals that the wholesale price of dairy products has increased 2.24 times over the past seven years. The author studies the ratio of the inventory costs of and wholesale turnover of dairy products. The author notes a low level of supply trade warehouses with dairy products for the period 2011-2016.

Key words: wholesale turnover, dairy products, inventory, milk market, price of dairy products, the Black Sea region.

УДК 339.338.4

Марчук А.О.

аспірант, асистент кафедри
«Маркетинг»
Таврійський державний
агротехнологічний університет

Постановка проблеми. Розвиток молочної галузі є основою продовольчої безпеки країни. Сьогодні оптова торгівля молоком та молочними продуктами поступово знижується з причин зменшення надоїв молока та звуженням тваринницької спеціалізації у вітчизняних сільськогосподарських підприємств із приводу високих цін на корми та енергетичні ресурси. Водночас ринок наповню-

ється експортованою продукцією, яка не відповідає вимогам українського споживача за ціною, а іноді й за якістю. Вимоги оптових підприємств щодо збільшення реалізаційного періоду змушують виробників використовувати додаткові інгредієнти, які не поліпшують якість продукції.

З іншого боку, сучасна інфраструктура ринку не сприяє подальшому розвитку оптової торгівлі.

Відсутність логістичних дистрибуційних складів, застаріла мобільна техніка, недотриманість механізму управління холодними логістичними ланцюжками зумовлюють товаровиробників зменшувати потік молока та молочної продукції через систему оптової торгівлі. Більше того, на ринку посилюється конкурентна роль мережевих супермаркетів, які забезпечені власною складською та транспортною мережею. Виникає питання щодо подальшого збільшення обсягів товарообороту вітчизняної продукції з поступовим ростом конкурентних позицій супермаркетів. Особливо актуально таке питання постає у Приморському регіоні України, де зниження розвитку молочної галузі, а в деяких районах практичне її знищення зумовлюють кризову ситуацію найближчим часом. Висвітлені проблеми і питання визначають актуальність вибраної теми та подальшого розвитку досліджень даного напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Якщо коротко сформулювати визначення поняття товарообороту за висловлюваннями більшості науковців, тоді товарооборот – це рух товарів, який характеризує товарно-грошовий обіг у процесах від виробництва до споживання. Товарооборот продукції визначає сукупну вартість товарів і послуг, що були реалізовані за певний період часу [1–6].

І.В. Височин [2] наголошує на тому, що товарооборот формується з таких головних ціноутворюючих показників: витрати на виробництво товарів, на продаж (враховуючи транспортні послуги до місць продажу товарів), прибуток від реалізації товарів та податки непрямі. Ці показники оплачуються споживачем за умови відповідності товарної пропозиції купівельному попиту. Отже, товарооборот можна визначати як реалізований попит.

Аналізуючи оптовий товарооборот, не можна не зауважити на факт, що виручкою підприємства від реалізації товарів є частина саме товарообороту як сума надбавок оптових підприємств, отриманих від продажу товарів за відповідний період часу. Слід зазначити, що в торгівлі нова вартість не створюється, виручка від реалізації товарів є платою за торговельно-посередницькі послуги, яка становить частину доходу підприємства і має назву «комерційний дохід від реалізації товарів» [2].

Проблемам розвитку ринку молочної продукції присвятили свої праці такі науковці, як Т.В. Божидарнік [1], Ю.Е. Губені [4], В.І. Душка [6], С.І. Дем'яненко [5], В.Н. Зимовець [7], В.В. Липчук, І.І. Лукінов, П.Т. Саблук [9], В.В. Стаднік та ін. Розвиток оптової торгівлі в національній економіці й окремими аспектами діяльності підприємств оптової торгівлі займалися О.М. Азарян, І.В. Височин [2], Н.О. Голошубова

[3], Н.Г. Міщенко [8], А.М. Носуліч [9], О.М. Трубей, І.А. Хомицький [8].

А.М. Носуліч [9] розглядає оптову торговельну діяльність як поєднання елементів, що перебувають у певних функціональних відносинах один з одним і формують певну цілісність та єдність. Науковець вважає, що механізм проведення діяльності оптової торгівлі є комплексом споріднених послідовних бізнес-процесів та операцій, що у сукупності становлять даний вид діяльності. Н.Г. Міщенко та І.А. Хомицький [8, с. 95] наголошують на детальному розгляді окремого оптового торговельного підприємства як найголовнішого складника ринкової системи як самостійного об'єкта господарювання, що націлений на отримання прибутку та є нероздільним елементом сфери товарно-грошових відносин, кредитно-фінансової системи як держави, так і окремого регіону.

Позитивно оцінюючи напрацювання науковців, пропонуємо важливість подальших досліджень у цій сфері, зокрема вивчення особливостей функціонування та розвитку виробників молочної продукції в оптовій торгівлі в розрізі Причорноморського регіону.

Постановка завдання. Метою дослідження є практичне обґрунтування напрямів розвитку оптової торгівлі молочною продукцією.

Відповідно до мети, у роботі необхідно вирішити такі завдання:

- обґрунтувати маркетингові особливості реалізації молочної продукції через оптову торгівлю;
- дослідити динаміку оптового товарообороту молочної продукції;
- встановити середню ціну реалізації молока під час оптової торгівлі;
- визначити рівень забезпеченості товарних запасів молочної продукції;
- встановити роль Причорноморського регіону в оптовій торгівлі молочною продукцією.

Об'єктом дослідження є економічні умови оптової торгівлі молочною продукцією в Україні. Поглиблені дослідження здійснено на статистичних матеріалах Причорноморського регіону. Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних питань розвитку оптового товарообороту молочної продукції.

В основу дослідження покладено діалектичний метод пізнання та системний підхід, що дало змогу комплексно вивчити питання розвитку оптової торгівлі й обґрунтувати її особливості під час реалізації молока та молочних продуктів. У дослідженнях динаміки змін економічних показників використано економіко-статистичні методи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потреба оптового товарообороту молочної продукції викликана наявністю товарно-грошових відносин, поділом вимог та відповідальних обов'язків

між суб'єктами оптової торгівлі, а також розвитком інфраструктури товарних ринків, яка передбачає взаємоузгодженість таких чинників, як виробничі, торговельні й транспортні.

З погляду маркетингу оптова торгівля зумовлена особливостями розвитку ринку:

- відсутність широкого асортименту через вузькість спеціалізації молочної галузі, що зумовлює потребу у його комбінуванні та диверсифікації;

- зосередження виробництва молока як сировини в певних районах, нерівномірність розташування сировинних баз;

- відсутність повного забезпечення молочною сировиною відповідної якості харчових підприємств;

- залежність виробництва молока від сезонності та наявності кормової бази;

- наявність логістичних систем, що відповідають принципам управління холодними ланцюгами [19].

Особливості оптової торгівлі молочними продуктами наведено на рис. 1.

Чинники, що зумовлюють розвиток оптового продажу:

- сезонність споживання окремих товарів потребує накопичення сезонної продукції, що не можуть виконати суб'єкти роздрібною мережі;

- магазини з малою площею (здебільшого у селах та смт);

- практично неможлива максимальна універсальність асортименту роздрібною мережі, що зумовлює формування комерційних взаємовідносин зі значною частиною виробників;

- зростання споживчої потреби негабаритних партій готової продукції з максимально широким та універсальним асортиментом, а також оптимальною відстанню доставки.

Таким чином, підвищується потреба в оптовому товарообороті за умов розвитку ринкових відносин. Згідно з вітчизняною та зарубіжною практикою, зростання виробництва товарів на великих підприємствах, як наслідок, викликає збільшення скупчення оптових посередників на розвинутих закордонних ринках. Підприємствам-виробникам надається можливість реалізувати свій товар, а підприємствам, що спеціалізуються на роздрібній торгівлі, – забезпечити товарами у повному асортименті й за вказаний час, що визначає споживацький попит [19, с. 39].



Рис. 1. Особливості оптового товарообороту молочної продукції

Джерело: удосконалено автором за [1–10; 18; 19]

Починаючи з 2011 р. оптовий товарооборот будь-якої продукції поступово знижуються як за вартісними, так і з кількісними показниками через:

- налагодження прямих зв'язків між виробниками та мережами супермаркетів;
- зменшення кількості сировини, що постачається на підприємства – виробники молочної продукції;
- зменшення товарних запасів готової продукції на цих оптових підприємствах;
- зниження розміру надбавки під час реалізації через оптову торгівлю.

З одного боку, під загрозою залишаються області, що входять до Причорноморського регіону, адже вони піддаються великому впливу сезонного споживання молочної продукції й унаслідок цього повинні мати особливий механізм управління товарними запасами. З іншого ж боку, різке зменшення поголів'я худоби та занепад молочної галузі в окремих регіонах нашої країни зумовлюють звуження оптової торгівлі продукцією вітчизняного виробництва, що в майбутньому може спричинити втрату частки ринку українськими виробниками.

Розглянемо оптовий товарооборот молочної продукції за період 2011–2016 рр. (табл. 1).

Динаміка показників за досліджуваний період показує незадовільну тенденцію: обсяг товарообороту молочної продукції зменшився на 557,2 тис. т, або на 54,7%. Водночас вартість товарообороту за шість років збільшилася на 2,2%, або на 330,3 млн. грн. До збільшення вартості за зменшення обсягу призвело підвищення середньої ціни одиниці товарообороту молочних продуктів за шість років аж на 124,4%, особливо ціновий стрибок спостерігався у 2013 р., коли середня ціна за одиницю продукції з 15,4 грн./кг досягла 27,6 грн./кг. Молочні продукти займали частку 7,4% у структурі продовольчих товарів і 1,3% у структурі всіх

товарів у 2011 р. У 2016 р. ж ці показники дещо зменшилися і становили 5,9% та 1,0% відповідно.

Отримані дані показують, що вітчизняні виробники забезпечують оптовий товарооборот молочної продукції не повною мірою. За досліджуваний період частка молочної продукції, що виробляється вітчизняними товаровиробниками, коливається від 69,7% до 90,5%. Основна загроза реалізації експортованої продукції відбувалася у переломному 2013 р. за збільшення ціни реалізації. Інфляційні процеси та зростання валютного курсу зумовили підвищення надбавки оптових підприємств, що стримало вітчизняні виробництва реалізовувати власну продукцію через оптові мережі. Водночас із 2014 р. відбувається позитивна зміна динаміки вартості продукції вітчизняного виробництва, яка в 2016 р. дорівнює 13,6 млрд. грн., що дало змогу вітчизняним підприємствам утримати 90% оптового ринку молочної продукції.

Слід зазначити, що економічні області Причорноморського регіону (Миколаївська, Херсонська та Одеська) характеризуються нерівномірними обсягами товарообороту молока та молочної продукції за причини різного обсягу постачання молока на переробні підприємства. Так, у 2016 р. сільськогосподарськими підприємствами та населенням Одеської області на переробні підприємства було поставлено 15,6 тис. т молока, Миколаївської – 49,01 тис. т, Херсонської – 35,1 тис. т. Паралельно молоко ґатунку «екстра» не постачалося взагалі у вказаних областях, а вищого ґатунку – 33,7 тис. т у Миколаївській області та 4,8 тис. т у Херсонській області, що відповідно становить 68,7% та 13,7%. Підприємства Одеської області молоко вищого ґатунку не постачали взагалі. Обсяг та якість сировини молочної продукції зумовлюють подальший занепад виробництва молока та продаж його через оптову торгівлю.

Таблиця 1

Оптовий товарооборот продукту

| Показник | Рік | | | | | | Відношення 2016 р до 2011 р., % |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | |
| Обсяг оптового товарообороту молочної продукції, тис. т | 1025,4 | 1099,6 | 683,6 | 775,2 | 583,2 | 468,2 | 45,7 |
| Вартість товарообороту молочної продукції, млн. грн. | 14691,1 | 16894,1 | 18833,3 | 16289,6 | 15477,8 | 15021,4 | 102,2 |
| Вартість товаро-обороту молочної продукції, що вироблений в Україні, млн. грн. | 12675,3 | 12263,8 | 13121,1 | 11737,4 | 12787,3 | 13593,1 | 107,2 |
| Частка молочної продукції у структурі продовольчих товарів, % | 7,6 | 7,9 | 9,4 | 8,4 | 6,9 | 5,9 | -1,7п.п. |
| Частка молочної продукції, що виробляється в Україні, % | 86,3 | 72,6 | 69,7 | 72,1 | 82,6 | 90,5 | 4,2 п.п. |
| Середня ціна одиниці товарообороту (молочних продуктів), грн./кг | 14,3 | 15,4 | 27,6 | 21,0 | 26,5 | 32,1 | 224,4 |

Джерело: розраховано автором за [11–16]

Більше того, відповідний рівень оптової торгівлі зумовлює розвиток мережеских супермаркетів, які укладають прямі контракти з локальними підприємствами щодо виробництва молочної продукції в обхід оптових посередників.

Вагомим чинником формування середньої ціни оптового товарообороту в регіонах є рівень цін на молоко сире відповідного температурного режиму (охолодженого до 10°C), яке постачається на подальшу переробку. Так, середня ціна реалізації молока сирого в Миколаївській, Одеській та Херсонських областях у 2016 р. становила 5,4; 4,9 та 5,6 грн./кг за середньої ціни реалізації по Україні 5,5 грн./кг. При цьому середня ціна реалізації молока та молочних продуктів через оптову торгівлю в Україні в 2016 р. дорівнювала 32,1 грн., що практично більше у п'ять-шість разів за окремою вибраною економічною областю Причорноморського регіону. Тобто маржа переробних підприємств та підприємств оптової торгівлі в Причорноморському регіоні у 2016 р. щонайменше становила 26,5 грн./кг [17, С. 25–27].

Визначальну роль у формуванні вартості оптового товарообороту мають рівень товарних запасів на підприємствах оптової торгівлі та площа складських приміщень. У такому разі за поступового збільшення оптового товарообороту у вартісному виразі рівень товарних запасів повинен збільшуватися. Динаміку товарних запасів та обсягів товарообороту наведено на рис. 2.

Згідно з проведеними дослідженнями, встановлено невідповідність зміни обсягу товарообороту й товарних запасів. Визначено, що між обсягом товарообороту й обсягом товарних запасів існує обернений зв'язок: чим більше обсяги оптового товарообороту молочної продукції, тим менше їх товарні запаси. Так, за збільшення обсягів товаро-

обороту в 2012 р. на 7,2%, обсяги товарних запасів зменшилися на 58%. Проаналізовано, що частка у товарній структурі продовольчих товарів зменшилася на 1,7 п. п., хоча за нормами споживання у дітей від 0 до 6 років вона повинна становити 45,6, а у дітей віком від 6 до 1/8 років – 54.

Забезпечення товарними запасами молочної продукції складськими підприємствами на всій території України наведено в табл. 3.

За даними табл. 3 робимо висновок, що кількість складських приміщень за три роки зменшилася практично наполовину – 56,7% й загальна площа складських будівель зменшилася на 64,1% і становить 4 969,1 тис. м² у 2014 р. на відміну від 2012 р., де показник був 10 837,1 тис. м².

У 2014 р. на одне складське підприємство припадало 10,8 т молочної продукції, що на 61% більше за 2012 р. – 6,7 т продукції. У середньому на 1 м² товарних запасів молочної продукції приблизно виходить 4,9 кг, що на 88% більше за 2012 р. – тоді завантаженість на 1 м² становила 2,6 кг.

Поглиблені дослідження показали, що оптовий товарооборот молочної продукції кардинально не змінився за шість років і в 2016 р. становить 15 021 млн. грн., що на 2,2% більше за 2011 р. – 14 691,1 млн. грн. Хоча в 2013 р. спостерігається стрибок, й оптовий товарооборот молочної продукції становить 18 833,3 млн. грн. через значну частку продукції, яка вироблена поза межами України, – 5 712,2 млн. грн. Взагалі імпортована молочна продукція в оптовому товарообороті з 2013 р. поступово зменшувалася і на 2016 р. становила 1 428,3 млн. грн., що на 30% менше за 2011 рік та на 68,6% менше за 2013 р. відповідно.

Висновки з проведеного дослідження. Маркетингові особливості розвитку оптової торгівлі



Рис. 2. Динаміка товарних запасів молочної продукції в оптовому товарообороті, 2011–2016 рр.

Джерело: побудовано автором за [11–16]

Забезпечення товарних запасів складськими підприємствами оптової торгівлі

| Показник | 2012 | 2014 | Відношення 2014 р до 2012 р., % |
|---|----------|---------|---------------------------------|
| Кількість складських підприємств, од. | 4236 | 2252 | 53,2 |
| Площа складських будівель, м ² | 10837144 | 4969054 | 45,9 |
| Приходиться товарних запасів молочної продукції у середньому: | | | |
| на 1 складське підприємство, т | 6,7 | 10,8 | 161,0 |
| на 1 м ² , кг | 2,6 | 4,9 | 188,0 |

Джерело: розраховано автором за [11–16]

молочною продукцією визначаються за такими процесами: постачання молока та сировини, зберігання на розподільчих складах, реалізація через роздрібні мережі й супермаркети та формування оптової партії.

Обсяг товарообороту молочної продукції за період 2011–2016 рр. зменшився на 557,2 тис. т, або на 54,7%. Вартість товарообороту за шість років збільшилася на 2,2%, або на 330,3 млн. грн. Частка молочної продукції, що виробляється вітчизняними товаровиробниками, коливалася від 69,7% до 90,5%. У 2016 р. сільськогосподарськими підприємствами та населенням Одеської області на переробні підприємства було поставлено 15,6 тис. т молока, Миколаївської – 49,01 тис. т, Херсонської – 35,1 тис. т.

Встановлено, що середня ціна реалізації молока сирого в Миколаївській, Одеській та Херсонських областях у 2016 р. становила 5,4 грн./кг, 4,9 грн./кг та 5,6 грн./кг відповідно. При цьому середня ціна реалізації молока та молочних продуктів через оптову торгівлю в Україні у 2016 р. дорівнювала 32,1 грн., що практично більше у п'ять-шість разів за окремою областю Причорноморського регіону. Також визначили обернений зв'язок: чим більше обсяги оптового товарообороту, тим менше товарні запаси молочних продуктів. Так, за збільшення обсягів товарообороту в 2012 р. на 7,2%, обсяги товарних запасів зменшилися на 58%.

Дослідження показали, що основною проблемою зниження рівня оптової торгівлі молоком та молочною продукцією виступає низький рівень постачання сировини, якість сировини не відповідає вимогам споживачів, що впливає на кінцеву ціну оптової торгівлі молоком.

Для розвитку оптової торгівлі молочною продукцією у Причорноморському регіоні необхідно приділити увагу підвищенню якості сировини для виготовлення молочної продукції як для дорослих, так і для дітей (що потребує сировини найвищої якості); розподілити рівномірно товарні запаси молочної продукції та раціонально розташувати сировинні бази за всією територією Причорноморського регіону; встановити прийнятну

ціну реалізації молока під час оптової торгівлі, яка б максимально задовольняла обидві сторони за укладеним договором; застосовувати основні маркетингові та логістичні підходи для підвищення ефективності діяльності підприємств-виробників на ринку молока та молочної продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Божидарнік Т.В. Розвиток молокопродуктового підкомплексу АПК в умовах глобалізації: теоретико-методологічні та прикладні аспекти : монографія. Луцьк : ЛНТУ, 2011. 412 с.
2. Височин І.В. Особливості товарообороту підприємства як економічного показника. *Ефективна економіка*. 2011. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=542>.
3. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація та технологія : навчальний посібник. Київ : Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2005. 265 с.
4. Губені Ю.Е., Оліховська М.В., Оліховський В.Я. Організація аграрного бізнесу: передумови становлення, сучасний стан та перспективи розвитку : монографія. Львів : Ліга-прес, 2014. 187 с.
5. Дем'яненко С.І. Основи аграрного розвитку і політики : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2010. 396 с.
6. Душка В.І., Дадак О.О., Дорош М.М. Стабільність молокопродуктового підкомплексу АПК – основа продовольчої безпеки країни. *Науковий вісник ЛНУВМ та БТ імені С.З. Гжицького*. Економічні науки. 2011. Т. 13. № 47. Ч. 1. С. 242–248.
7. Зимовець В.Н. Економічні проблеми розвитку виробництва на ринку молокопродукції. *Економіка АПК*. 2002. № 5. С. 128–131.
8. Міценко Н.Г., Хомицький А.І. Засади регулювання діяльності підприємств оптової торгівлі. *Наукові записки*. 2011. № 3(36). URL : <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/3-36/14.pdf>.
9. Носуліч А.М. Процесний підхід до побудови механізму оптової торговельної діяльності. *Ефективна економіка*. 2010. № 3. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=158>.
10. Саблук П.Т. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практичний посібник. Київ : ІАЕ УААН, 2000. 555 с.
11. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2011 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2012. 30 с.

12. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2012 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2013. 30 с.

13. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2013 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2014. 30 с.

14. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2014 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2015. 27 с.

15. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2015 рік : статистичний збірник Київ : Державна служба статистики України, 2016. 27 с.

16. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2016 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2017. 30 с.

17. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2016 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2013. 30 с.

18. Сукачев А.В. Маркетинговая стратегия модернизации регионального оптового продовольственного рынка : автореф. дис. ... канд. эк. наук. Волгоград, 2006. 23 с.

19. Суть, функції оптового товарообороту, його стан та напрями розвитку. URL : <https://leksii.org/3-19818.html>.