

ПОШУК ОПТИМАЛЬНИХ ШЛЯХІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ЯЛОВИЧИНИ

В.А.Марченко, Н.В.Місюра
Інститут тваринництва УААН

Розглянуто основні канали реалізації яловичини і проаналізовано варіант створення власного каналу реалізації (без посередників) – торгівельної точки. Дано висновок про доцільність використання цього каналу реалізації за відповідних умов.

яловичина, собівартість, канали реалізації, ринок, торгівельна точка

Сучасний ринок є сполучною ланкою між окремими господарськими одиницями. В умовах ринкової економіки тільки ринок визначає ступінь успіху господарської діяльності виробника [1]. Продукція, яка не реалізована, не приносить прибутку навіть якщо вона конкурентоспроможна, а її собівартість низька. Ось чому з позиції виробника необхідно враховувати весь шлях її проходження – від початку виробництва до реалізації. Додаткові витрати на реалізацію впливають на кінцевий прибуток у бік його збільшення або зменшення в залежності від каналу реалізації [2]. Саме тому метою наших досліджень було вивчення каналів реалізації яловичини в аспекті їх прибутковості для виробника.

Матеріал і методика досліджень. Нами вивчалися основні сучасні канали реалізації великої рогатої худоби, які можна розподілити за ознаками ціни за 1ц живої маси на такі:

1. Через м'ясокомбінат.
2. Посередникам-перекупникам.
3. У рахунок заробітної плати робітникам господарства.
4. Як племпродукцію - реалізація племінних тварин.
5. Переробка м'яса на місці в господарстві і реалізація ковбас, та іншої готової продукції у фірмовому магазині господарства.
6. Продаж м'яса у фірмовому магазині господарства (торгівельній точці).
7. Інші канали (фірмові магазини, ресторани, експорт, бартер і ін.).

Основну увагу приділяли вивченню питань організації власної торгівельної точки.

Результати досліджень. Вивчення вищезазначених каналів показало, що основна частина яловичини реалізується господарствами через м'ясокомбінати – 35-40%. Значну питому вагу займає канал реалізації посередникам-перекупникам – 20-25%, які без затримки коштів розраховуються з виробниками у протилежність м'ясокомбінатам, але ціна за 1ц живої маси нижча – 300-350 грн/ц проти 380-430 грн./ц. Інші канали реалізації або здебільшого малодоступні, або істотно не впливають на реалізацію за незначної питомої ваги у структурі чи неспроможності реалізації великої кількості продукції.

Можливість реалізації своєї продукції без посередників на ринку зумовила вивчення питання організації торгівельної точки. Анкетне вивчення попиту дозволило зробити висновок, що м'ясо або готова продукція напівфабрикат у вигляді фасованого м'яса, фаршу та ін., які планується реалізовувати, повинні відповідати всім санітарно-гігієнічним вимогам, мати товарний вигляд, вироблятися з худоби, яка має достатню вгодованість (не нижче середньої). Ось чому наявність цеху забою з високою культурою туалету туш, їхнього правильного зберігання і переробки беззаперечна. При невиконанні цих умов продукція господарства не зможе конкурувати з аналогічною на ринку за умов її низької якості і невідповідності вимогам споживача.

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що при реалізації худоби через власну торгівельну точку необхідна наявність, або додаткові капітальні вкладення на:

1. Організацію фірмового магазину. Для цього потрібно вибрати або шлях оренди пристосованого для цього приміщення, або будівництво нового.

В обох випадках потрібна реєстрація підприємницької діяльності, тобто:

- реєстрація у райвиконкомі з зазначенням місця оренди на основі договору про оренду (з фонду приміщень торгівельних підприємств);
- дозвіл з санстанції;
- дозвіл від пожежника;
- реєстрація у податковій інспекції;
- дозвіл на торгівлю з управління потреб ринку.

При будівництві нового приміщення додатково необхідно мати дозвіл головного архітектора з планом будівництва від проектної організації і узгодженням землевпорядника.

II. Організацію переробки худоби у господарстві. Для цього потрібні:

- забійно-санітарний пункт (цех забою).
- ковбасний цех з холодильними агрегатами.
- відповідні санітарно-ветеринарні, пожежні та інші дозволи.

III. Кваліфікований обслуговуючий персонал.

IV. Транспортні засоби перевезення готової продукції – мобільні холодильники, скотовози.

V. Інші невизначені чинники (рекет, крадіжки тощо).

Розрахунки доцільності для господарства цього каналу реалізації показали, що у конкретних цифрах витрати такі: при загальній площі як мінімум 30 м² і вартості оренди 15 грн/м² – становитимуть близько 5400 грн/рік.

Дозволи від необхідних установ коштують у межах 2000-2500 грн. Приблизно стільки ж коштує місце на ринку, якщо його придбати для вільної торгівлі господарству за умов, що це місце практично не можливо купити – всі ніші ринку розподілені.

Будівництво нового приміщення на 30 м² з його відповідним обладнанням коштує близько 80-100 тис. грн. Будівництво переробного цеху малої потужності – близько 300-350 тис. грн. Вартість автомашини-холодильника – 30 тис. грн. Заробітна плата обслуговуючого персоналу (1 робітник магазину, 1 водій автомашини, 2 робітники цеху забою, 3 робітники ковбасного цеху (цеху фасу-

вання), 2 – різноробочі (сторож, підмінні, ін.) – 9 робітників x 365 грн. x 12 міс. складе 39,4 тис. грн. Додамо основні експлуатаційні витрати: амортизаційні відрахування – 12 тис., поточний ремонт – 16 тис., вартість ПММ – 50 л/день x 52 тижня x 1,5 грн. = 3,9 тис. грн., вартість електроенергії – 50 кВт x 7 годин x 300 днів x 0,18 грн/кВт = 18,9 тис. грн.

Разом витрат на відкриття фірмового магазину у разі оренди приміщення під магазин і організації забою у господарстві – 8 тис. (дозвіл + оренда) і 400-450 тис. (витрати на будівництво ковбасного цеху і ін.), у разі будівництва магазину і ковбасного цеху – 500-550 тис. грн.

При середній собівартості живої маси у господарстві 500 грн/ц при реалізації 1500 ц/рік м'яса в живій масі через фірмовий магазин підвищення вартості 1 ц за п'ять років складе 500 (550) тис. грн./1500 ц x 5 років = 66,6 (73,4) грн./ц. Тобто, щорічна собівартість 1 ц живої маси з урахуванням витрат на реалізацію складе 566 (573) грн./ц або близько 1150 грн. за 1 ц забійної маси, що наближається до ринкових цін.

Розподіл у розрахунках додаткових витрат на більш тривалий період є ризиковим у зв'язку із швидкою зміною кон'юнктури ринку, а тому і можливістю втрати цим каналом реалізації свого значення. Крім того, важко розраховувати на довгострокову позику банку. Це питання потребує додаткового вивчення.

Якщо припустити, що реалізація готової продукції буде у вигляді ковбасних виробів, то складається така ситуація. При виході ковбас 35% від живої маси, їх загальне виробництво становитиме 525 ц/рік. Реалізація ковбас за середньою ціною 15 грн/кг дасть виручки – 525 ц x 15 грн./кг = 787,5 тис. грн. Врахуємо ще виручку від реалізації шкур. При виході шкур 8% реалізація становить – 120 ц x 200 грн/ц = 24 тис. грн. Разом реалізація – 811,5 тис. грн./рік.

Таким чином, собівартість 1500 ц м'яса в живій масі становить 1500 ц/рік x 566 (573) грн./ц = 849 (860) тис. грн./рік, тобто рентабельність -4,4 (-5,6%), або збиток за рік роботи становитиме 37,5 (48,5) тис. грн. Щоб уникнути збитковості необхідно реалізовувати ковбасні вироби за ціною не менше 15,7-16,0 грн./кг.

Інший варіант прибуткової діяльності – за рахунок зниження собівартості 1 ц приросту живої маси (таблиця).

Економічна ефективність виробництва і реалізації яловичини при різному рівні її собівартості

Собівартість приросту 1 ц живої маси, грн.	Витрати на реалізацію 1 ц приросту живої маси, грн.	Реалізаційна ціна 1 ц забійної маси, грн.	Рентабельність, %
500	70	11,00	-3,5
480	70	11,00	0
430	70	11,00	10

При середньому рівні ціни яловичини на ринку 11 грн./кг собівартість живої маси при нульовій рентабельності повинна становити не більше 5,50 грн./кг з урахуванням витрат на реалізацію, а без витрат на реалізацію –

близько 4,80 грн./кг. При нижчій собівартості виробництва яловичини реалізація її через торгівельну точку буде прибутковою.

Висновки. Додаткові витрати на реалізацію яловичини через торгівельну точку складають близько 70грн./ц живої маси, якщо витрачені на її організацію кошти відшкодовувати на протязі 5 років. Реалізація яловичини через власну (орендовану) торгівельну точку за існуючими ринковими цінами економічно доцільна за умов зниження собівартості виробництва яловичини до рівня не більше 430-480 грн./ц живої маси. При середній фактичній собівартості 500 грн./ц і більше цей канал реалізації є збитковим.

Бібліографічний список

1. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. - 215с.
2. Поточна кон'юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні.- К.: ІАЕ УААН, 2002. - 128с.

Рассмотрены основные каналы реализации говядины и проанализирован вариант создания собственного канала реализации (без посредников) — торговой точки. Сделан вывод о целесообразности использования этого канала при определенных условиях.

The basic channels of beef selling were studied and a variant of creating an own channel of selling (without middlemen), an outlet, was analyzed. This channel was concluded to be expedient to use in certain conditions.

УДК 631.31

УРОЖАЙНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ЗЕЛЕНОЇ МАСИ ЛЮЦЕРНИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД РЕЖИМІВ СКОШУВАННЯ

Т.А.Маценко, М.П.Русько, Р.П.Полковник, Н.Ф.Аттін
Інститут тваринництва УААН

У статті висвітлено результати досліджень по вивченню впливу різних режимів скошування люцерни на кормові цілі на ріст і розвиток рослин, урожайність та якість корму.

**люцерна, режими скошування, фази розвитку, урожайність,
строки збирання, укоси, густота рослин, забур'яненість**

Продуктивність тварин у великій мірі залежить від рівня кормовиробництва, тому вирішальне значення має не стільки збільшення посівних площ під кормовими культурами, скільки удосконалення структури посівів, технології виробництва, способів заготівлі кормів, їх зберігання та використання [1].

Однією з найбільш економічно вигідних кормових культур є люцерна. Висока кормова цінність її поєднується з високою продуктивністю. В богарних умовах з 2-3-х укосів у Лісостепу можна одержати 350-500 ц/га зеленої маси.