

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ КОРМІВ

Доведена необхідність маркетингових досліджень галузі кормовиробництва, розглянуті особливості ринку кормів та послідовність етапів його маркетингового дослідження, наведені конкретні дані про попит на корми та пропозиції щодо їх реалізації в Україні.

Реформуванням КСП на засадах приватної власності на землю та майно розпочинається

188

новий етап ринкових перетворень в аграрному секторі України.

Для реформованих приватно-

орендних, фермерських господарств, кооперативів та товариств в нових умовах функціонування, які починають впроваджуватись в життя, важливого значення набуває створення дієвих ринків сировини, матеріально-технічного постачання, земельного, продовольчого, а також формування ринку кормів.

В умовах планової економіки передбачалась максимальна самозабезпеченість колективних підприємств основними видами кормів і не існувало сталого механізму придбання кормів в разі виникнення потреби в них чи продажу лишків. Окрім цього, існувала проблема нееквівалентного обміну між кормовиробництвом та тваринництвом на внутрішньогосподарському рівні.

Про важливість оптимального співвідношення придбаних та власних кормів свідчать дослідження американських вчених, за якими оптимальним рівнем витрат на купівлю кормів для фермерів північного заходу США визначений рівень \$ 500-549 на одну корову в рік. В структурі собівартості молока ці витрати склали 29% та забезпечували одержання в середньому \$ 418 прибутку на корову. Витрати ж на покупні корми на рівні \$ 0-349 (16% усіх витрат) та більше \$ 700 (44%) забезпечували відповідно \$ 374 та \$308 прибутку в розрахунку на одну корову.

В сучасних умовах реформування економіки України назріла об'єктивна необхідність досконалого дослідження усіх аспектів функціонування ринку

кормів, розробки та впровадження маркетингової концепції виробництва та використання кормів.

Маркетинг кормів передбачає приведення усіх ресурсів кормовиробництва у відповідність з вимогами та можливостями ринку кормів з метою задоволення потреб тваринництва.

При проведенні маркетингових досліджень ринку кормів необхідно враховувати наступні його особливості:

- безперервність функціонування, зумовлену необхідністю постійного споживання для безперервного виробництва тваринницької продукції;

- сезонність виробництва, зумовлену біологічними особливостями вирощування кормових культур;

- найбільший вплив на об'єми виробництва мають фізіологічні норми споживання кормів тваринами;

- взаємозамінність та взаємодоповненість різних видів кормів;

- необхідність переробки та тривалого зберігання.

Маркетингове дослідження ринку кормів складається з комплексу послідовних дій (етапів). Можна виділити основні:

1. Розробка концепцій дослідження ринку кормів.

1.1. Визначення мети.

1.2. Постановка проблеми.

1.3. Формування робочої гіпотези.

1.4. Визначення системи

показників.

2. Одержання та аналіз емпіричних даних.

2.1. Розробка робочого інструментарію.

2.2. Процес одержання даних.

2.3. Обробка та аналіз даних.

3. Формування основних висновків та оформлення результатів дослідження ринку кормів.

3.1. Розробка висновків та рекомендацій.

3.2. Оформлення результатів досліджень.

Розглянемо основні аспекти, за якими проводяться маркетингові дослідження ринку кормів.

Попит на корми опосередковано визначається купівельною спроможністю населення на продукцію тваринництва. При дослідженні попиту на ринку кормів вивчається структура споживання, забезпеченість кормами, тенденції попиту. Основою попиту є використання кормів всередині господарств на годівлю тварин.

Обсяг попиту залежить від кінцевих залишків та виробництва - з одного боку, наявністю поголів'я - з іншого.

В Україні в останні роки відчувається зменшення використання кормів, яке супроводжується збільшенням їх витрат на одиницю продукції. Воно обумовлено скороченням поголів'я худоби і птиці, падінням продуктивності тварин, погіршенням якості кормів та безгосподарським їх витрачанням в господарствах суспільного сектора (табл.1).

В господарствах приватного сектора витрачання кормів за даний період практично не змінилось. Збільшення виробництва тваринницької продукції відбувається тут не тільки за рахунок раціонального використання, але в значній мірі в результаті залучення здешевлених кормів з громадського сектора.

Експорт. У 1997р. Україна експортувала 1346,5 тис. тонн зерна,

Таблиця 1

Витрати кормів худобі та птиці в Україні, млн.тонн корм.одиниць

Категорії господарств	Маркетингові роки			
	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99 прогноз
<u>Усі види кормів</u>				
Усі категорії господарств в тому числі:	66,9	58,0	55,3	54,6
суспільний сектор	41,6	32,7	30,0	28,8
приватний сектор	25,9	25,3	25,3	25,8
<u>Концентровані корми</u>				
Усі категорії господарств в тому числі:	20,0	15,7	15,8	17,5
суспільний сектор	12,3	8,4	8,0	9,2
приватний сектор	7,7	7,3	7,8	8,3

з них пшениці - 812,3 тис. тонн. Загальний експорт кормових ресурсів становив 1922 тис. т кормових одиниць.

За перше півріччя 1998р. експортовано 1261,6 тис. т зерна, в т.ч. пшениці - 845,2, ячменю - 108,2, кукурудзи - 307,8, жита та інших культур - 0,4 тис. т.

Реалізовано також 83,8 тис. т борошна і шротів олійних культур, 33,3 тис. т жому, 0,7 тис. т сої. Експорт кормової продукції в 1998/99 маркетинговому році збільшився.

Загальна пропозиція кормів в Україні залежить від їх виробництва, залишків, імпортних поставок зернофуражних та інших кормових ресурсів.

Виробництво зерна фуражних культур в Україні за останні роки

зменшилось з 15,7 млн. т в 1995 році до 10,6 млн. т. у 1998 році, в тому числі в суспільному секторі відповідно з 13,4 до 8,6 млн. т, в приватному секторі - з 2,3 до 2,2 млн. т.

Скорочення виробництва зерна відбувається за рахунок зменшення збиральних площ на 1,3 млн. га та зменшення урожайності - в середньому на 3,8 ц/га.

Кормове зерно, крім фуражних цілей, використовується на продовольче споживання, промислово переробку, насіння, експорт, формування страхових запасів, втрачається під час зберігання, транспортування та переробки. Баланс фуражного зерна наведено в табл. 2

Розрахунковий коефіцієнт (кінцевий залишок, поділений на

Таблиця 2
Пропозиція фуражного зерна та його використання в Україні (тис. т.)

Показники	Маркетингові роки		
	1996/97	1997/98	1998/99 прогноз
<u>Пропозиція</u>			
Виробництво	9421	14893	10642
Залишок на початок року	1607	532	2415
Імпорт	19	20	30
Загальна пропозиція	19	20	30
<u>Використання</u>			
-на кормові цілі	7510	9300	8000
-на продовольство	116	190	320
-на насіння	1870	1850	1700
-на пром. переробку	145	260	300
Загальне внутрішнє використання	9997	11600	10320
Експорт	476	650	600
Втрати	398	780	650
Загальне використання	10515	13030	13040
Кінцевий залишок	532	2415	1655

загальне використання, %), який дорівнює 12,7%, свідчить про те, що середньорічні ціни на фуражне зерно матимуть тенденцію до підвищення, що підтверджується реальними даними за 1999 рік.

Таким чином, із загальної пропорції 13087 тис.т зернофуражу 8 млн.т, або 61%, можна використати на кормові цілі, 320 тис.т, або 2%, - на продовольство. Зросли втрати зерна при транспортуванні, зберіганні та переробці (з 3,8 до 5%), а це значний резерв росту загального використання.

Комбікорми в Україні виробляються комбікормовими підприємствами, більшість яких входить до ДАК «Хліб України», та міжгосподарськими заводами. Крім того, господарства також готують подріблені зернові суміші.

За останні роки промислове виробництво комбікормів щороку зменшується, в першу чергу за рахунок неплатоспроможності сільськогосподарських підприємств,

поглиблення нееквівалентності обміну між містом та селом, поглиблення економічної кризи в цілому. Так, в 1998/99 маркетинговому році обсяг виробництва комбікормів становить 990 тис.т, або на 7,3% менше, ніж в попередньому маркетинговому році.

Загальна пропозиція кормів у 1998/99 році з врахуванням усіх каналів їх надходження становить 45,7 млн.т корм. одиниць, в т.ч. грубих - 10,8, соковитих - 10,7, концентрованих - 13,3, зелених - 7,8, інших - 3,1 млн.т кормових одиниць.

Потреба в усіх видах кормів забезпечується їх надходженням на 83,7%, в т.ч. концентрованих - на 76%, грубих - на 90,3%, соковитих - на 63,3%.

Таким чином, доведена необхідність досліджень з питань маркетингу кормових ресурсів, розглянути його особливості, вивчені деякі маркетингові аспекти функціонування ринку кормів в Україні.

Література

1. АПК України. Стан та перспективи розвитку (1990-2000) : Інформаційно-аналітичний збірник / За ред. П.Т. Саблука і ін. - К.: ІАС, 1999. - 335с.

2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : Підр. для вузів - К.: Лібра, 1998. - 384с.

3. Евдокимов Ф.И., Гавва В.О. Азбука маркетинга : Учебн. пособие. - Д.: Сталкер, 1998. - 432с.

4. Котлер Ф. - Основы маркетинга : Пер.с англ. - М.: Прогресс, 1990. - 736с.

5. Севрук В.Т. Виды маркетинга // Бухгалтерский учет. - 1992. - № 8. - С.17-20.

6. Richard S. Adams. Controlling Feed Cost National Dairy Database [CD ROM. Version II] Published by Mycro Retrieval Corporation, 101 Main St, 17th Floor, Cambridge, MA 02142, USA.