

УДК 640.432

Л.Д. Забродська, канд. екон. наук

Г.І. Забродська, канд. екон. наук

С.А. Швед, студ.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТУВАННЯ ХЛІБОПРОДУКТІВ ДО СПОЖИВАЧІВ

Дослідження проблем транспортування хлібопродуктів до споживачів дозволило запропонувати технологію оцінки економічної ефективності впровадження технології, що збільшує термін реалізації

Исследование проблем транспортировки хлебопродуктов к потребителям позволило предложить технологию оценки экономической эффективности внедрения технологии, увеличивающей сроки реализации.

Study of the problems of transportation bread to consumers allowed to propose a methodology to assess the economic efficiency of technology, increasing deadlines.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним з найактуальніших питань продовольчої безпеки країни є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування власного виробництва. Отже, важливим соціально-економічним завданням є створення в Україні необхідних умов для безперерійного задоволення потреб населення в продуктах харчування повсякденного попиту, зокрема в хлібі та хлібобулочних виобах.

Можливість безперерійного придбання необхідних споживачам хліба та хлібобулочної продукції високої якості в зручному місці та в зручний часі за доступними цінами і безпосередньо залежить від розвитку та раціональної організації хлібопекарської галузі разом з розвитком торговельних аспектів збуту продукції, які відіграють провідну роль у задоволенні постійно зростаючих потреб населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджено проблеми вдосконалення технології виробництва хліба та булочної продукції в наукових працях таких учених, як П.П. Кузьміна, В.С. Баранов, Л.І. Пучкова, Л.А. Бабіченко, В.І. Доробот,

О.В. Самохвалова, Васильченко А.Н. та ін., що створили теоретико-методичне підґрунтя для подальших наукових досліджень у цій сфері. Проте проблеми оцінювання економічної ефективності недостатньо висвітлено, що визначило вибір теми дослідження, а також її теоретичну й методичну основи.

Мета та завдання статті. Метою дослідження є вивчення теоретичних засад і розробка рекомендацій щодо обґрунтування економічної ефективності транспортування до споживачів хліба та хлібобулочних виробів. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання: розробити методику оцінювання економічної ефективності доставки хлібопродуктів, що складається з таких етапів: визначити асортимент продукції та основні торговельні підприємства, що її реалізують; структурувати споживачів продукції хлібозаводу за умовами постачання та строком реалізації хлібопродуктів; розрахувати скорочення транспортних витрат на доставку хліба з хлібозаводу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Удосконалення технології виробництва хліба сприяє виникненню економічного ефекту за рахунок збільшення строку зберігання готової продукції, що підвищує можливість збуту, а також сприяє скороченню витрат на матеріальні, трудові й енергетичні (паливо) ресурси.

Основою економічної ефективності будь-якої розробки чи технології є прибуток, який підприємство, що її реалізує, може одержати в результаті впровадження. Економічна ефективність – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Особливо важливо вдосконалювати технологію виробництва продуктів харчування в умовах обмеженості ресурсів і постійного зростання їхньої вартості.

Особливість хлібопекарського виробництва, пов'язана з неможливістю тривалого зберігання виробленої продукції, зумовлює необхідність забезпечення ритмічності її випуску, раціональної організації процесу товароруку з метою задоволення потреб споживачів у свіжій продукції. Таким чином, через нетривалий термін зберігання хлібобулочних виробів та неможливість створення запасів на ринку майже не існує часового і просторового лагу між пропозицією та попитом, виробництвом та споживанням, практично відсутні торговельні посередники між виробниками та роздрібною торгівлею. Обмеженість строків реалізації хлібобулочної продукції потребує застосування транзитної форми товароруку («підприємство-виробник – транспорт – роздрібне підприємство»). За таких умов під час збуту продукції на ринку практично відсутні торговельні

посередники. Роздрібні підприємства або є безпосередніми каналами збуту виробника, або співпрацюють із виробниками на основі прямих постачань [1-3].

Оскільки хліб є продуктом із дуже обмеженим строком споживання, то своєчасна доставка його до торговельних підприємств є дуже важливою проблемою з точки зору конкурентоспроможності продукції та відповідно можливостей її збуту.

Аналіз структури продукції Слобожанського Хлібозаводу м. Харків за строками реалізації наведено на рис. 1.

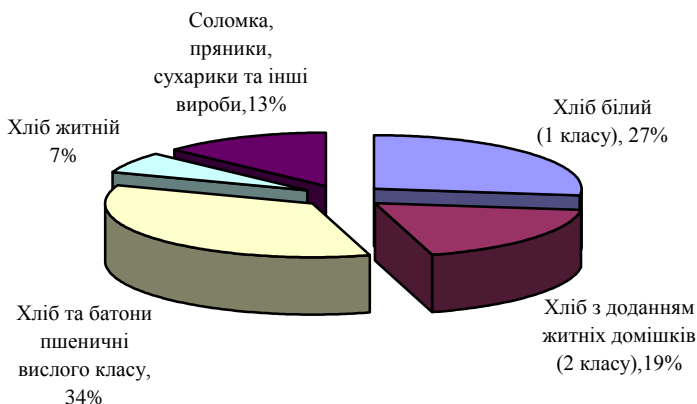


Рисунок 1 – Структура асортименту продукції, що виробляється та реалізується Слобожанським хлібозаводом

Таким чином, усі види продукції мають дуже обмежені строки реалізації, що призводить до зростання транспортних витрат.

Транспортні витрати, що входять у собівартість продукції, включають витрати на доставку сировини та інших компонентів, необхідних для виробництва хліба, але дослідження умов постачання показало, що транспортні витрати на доставку включаються у вартість сировини, тому окремо на підприємстві як транспортні витрати не враховуються. Таким чином, основні транспортні витрати йдуть на збут продукції, тобто доставку продукції безпосередньо споживачам [4-6].

Аналіз динаміки питомих транспортних витрат за останні роки наведено в таблиці 1.

Таким чином, виявлено постійну тенденцію до зростання транспортних витрат. Так, за аналізований період питома вага транспортних витрат зросла більш ніж у 2,3 разу. Особливо високими темпами транспортні витрати зростали в 2009 році – на 33,3% й у 2012 – 25% за рік. Ця тенденція свідчить про високу актуальність і економічну доцільність упровадження результатів науково-дослідної роботи по вдосконаленню технології виробництва хліба пшеничного на основі ксантану, яка дозволяє збільшувати строки реалізації й, відповідно, зменшувати транспортні витрати.

Таблиця 1 – Динаміка питомих транспортних витрат на Слобожанському хлібозаводі

Рік	Питома вага транспортних витрат	Темп зростання	
		до попереднього року, %	до 2007 р., %
2007	1,9	-	-
2008	2,1	110,5	110,5
2009	2,8	133,3	147,4
2010	3,1	110,7	163,2
2011	3,6	116,1	189,5
2012	4,5	125,0	236,8

Аналіз основних споживачів продукції Слобожанського хлібозаводу наведено на рис. 2.

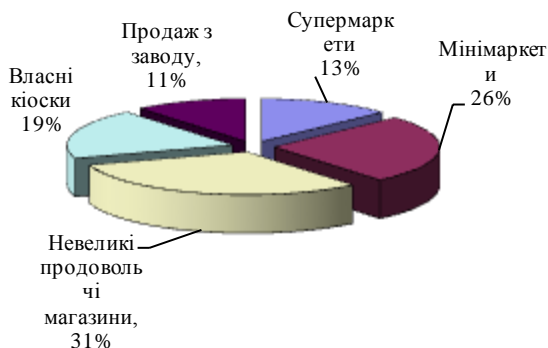


Рисунок 2 – Структура основних торговельних підприємств, що реалізують продукцію Слобожанського Хлібозаводу

Структура покупців свідчить про те, що найбільша частина обсягу реалізації продукції Слобожанського хлібозаводу припадає на невеликі продовольчі магазини (31%) та мінімаркети (26%), що відбиває специфіку регіону розташування підприємства, але й власна мережа реалізує 19% продукції. Також не можна виключити супермаркети (13%), тому що це сегмент ринку, який активно зростає, і необхідно зайняти максимальну частину цього ринку, бо в майбутньому він буде визначати основні конкурентні можливості збуту продукції.

Проте для оцінки розподілу транспортних витрат на доставку продукції до основних покупців необхідно визначити особливості умов постачання, що наведені в табл. 2.

Таблиця 2 – Структурування споживачів продукції Слобожанського хлібозаводу за умовами постачання

Спожи- вачі	Кіль- кість щоден- них до- ставок	Серед- ньоден- ний пробіг маш./ км	Напов- неність машини %	Асортимент за строками реалізації	Пито- ма вага %
Супер- марке- ти	3	180	55	до 24 год. - 55%; до 36 год. - 13%; до 48 год. - 25%; до 60 год. - 7%	13
Міні- марке- ти	2	286	60	до 24 год. - 65%; до 36 год. - 10%; до 48 год. - 15%; до 60 год. - 10%	26
Невели- кі про- доловль- чі мага- зини	1	395	65	до 24 год. - 69%; до 36 год. - 18%; до 48 год. - 9%; до 60 год. - 4%	31
Власні кіоски	2	164	45	до 24 год. - 60%; до 36 год. - 21%; до 48 год. - 11%; до 60 год. - 8%	19
Продаж із заводу	-	-	-	до 24 год. - 72%; до 36 год. - 18%; до 48 год. - 4%; до 60 год. - 6%	11
Разом		1025			100

Таким чином, загальний щоденний машинопробіг складає 1025 км, але необхідність доставки до споживачів свіжого хліба протягом дня призводить до того, що поставки проводяться за замовленнями продавців і машини повністю не завантажуються, також цьому сприяє високий рівень конкуренції на ринку реалізації хлібопродуктів, а жорсткі санітарно-гігієнічні вимоги до умов транспортних засобів для перевезення хлібопродуктів не дають можливості застосування інших транспортних засобів. Усе це впливає на зростання транспортних витрат.

Удосконалення технології виробництва хліба на основі ксантану дозволяє збільшувати строки збереження хліба, тому наповненість машин може зростати і зменшуватися їх пробіг. Розрахунок скорочення використання транспортних одиниць за умов доставки продукції, що вироблена за названими технологіями, наведено в табл. 3.

Таблиця 3 – Структурування споживачів продукції Слобожанського хлібозаводу за умов збільшення строку реалізації хлібопродуктів

Спожи- вачі	Кількість щоден- них доставок	Середньо- денний пробіг маш./ км	Напов- неність машини, %	Асортимент за строками реалізації	Пито- ма вага, %
Супер- маркети	2	120	95	до 24 год. - 63%; до 36 год.- 18 %; до 48 год. - 13%; до 60 год. - 6%	13
Міні- маркети	1,5	214,5	95	до 24 год. - 75%; до 36 год. - 12%; до 48 год. - 8%; до 60 год. - 5%	26
Невели- кі про- доловчі магази- ни	1	395	85	до 24 год. - 75%; до 36 год. - 15%; до 48 год. - 6%; до 60 год. - 4%	31
Власні кіоски	1	82	95	до 24 год. - 70%; до 36 год. - 19%; до 48 год. - 8%; до 60 год. - 3%	19
Продаж із заводу	-	-	-	до 24 год. - 72%; до 36 год. - 18%; до 48 год. - 4%; до 60 год. - 6%	11
Разом		811,5			100

Таким чином, за рахунок зростання строків реалізації продукції машинопробіг скорочується, базуючись на цих розрахунках, економія транспортних витрат розраховується в табл. 4.

Таблиця 4 – Розрахунок скорочення транспортних витрат на доставку хліба на Слобожанському хлібозаводі

Період	Скорочення пробігу, маш./км	Скорочення транспортних витрат*, грн
За день	$1025-811,5=213,5$	$213,5 \times 2,02=431$
За місяць	$213,5 \times 30=6405$	$6405 \times 1,02=12938$
За рік	$213,5 \times 365=77927,5$	$77927,5 \times 1,02=157414$
*В 2012 році витрати на Слобожанському Хлібозаводі на один маш./км у середньому складала 1,52 грн.		

Висновки. Запропонована методика оцінки економічної ефективності технології, що збільшує строки реалізації, дозволяє оцінювати економічний ефект за рахунок зниження транспортних витрат.

Список літератури

1. Шевченковская А. Стратегический рынок / А. Шевченковская // Продукты питания. – 2005. – № 10. – С.10–15.
2. Лихолоб Н. Черствый бизнес / Н. Лихолоб // Food & Drinks. Продукты и напитки. – 2006. – № 16. – С. 72–78.
3. Гусарова А. Продукт с особым статусом / А. Гусарова // Мир продуктов. – 2005. – № 3. – С. 14–18.
4. Шифман З. Эффективность малых пекарен / З. Шифман // Хлебопродукты. – 2001. – № 10. – С 20–21.
5. ДСТУ 2120–93. Хлібопекарське виробництво. Терміни та визначення.
6. Правила роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.03 № 185.

Отримано 01.05.2013. ХДУХТ, Харків.
 © Л.Д. Забродська, Г.І. Забродська, С.А. Швед, 2013.