

BUDOVANIE DISTRIBUČNÝCH KANÁLOV NA AGROPOTRAVINÁRSKOM TRHU NA SLOVENSKU

Ludmila Nagyová

Katedra manažmentu, Prevádzkovo-ekonomická fakulta, Vysoká škola poľnohospodárska,
Tr.A.Hlinku 2, 949 76 Nitra

tel.: 087/601 kl. 102 , E-mail kmg@uniag.sk

Anotácia :

Prosperita všetkých poľnohospodárskych podnikov závisí od rozsahu a zamerania podnikateľskej činnosti, od schopnosti nielen vyrobiť, ale predovšetkým predať svoje výrobky. Predaj poľnohospodárskych produktov sa v súčasnom období stáva jedným z limitujúcich faktorov marketingovej činnosti. Z týchto dôvodov je potrebné na Slovensku vybudovať efektívne fungujúcu distribučnú sieť poľnohospodárskych komodít, ktoré sú v súčasnosti realizované prostredníctvom priameho a nepriameho predaja, aukčného systému predaja ovocia a zeleniny, komoditných búrz a zahraničného obchodu.

Summary :

The profitability of all agricultural companies depends upon the extent and orientation of the entrepreneurial activities, upon their ability not only to produce but also to sell their products. At present sales of agricultural products becomes one of the limiting factors of the marketing activities. Taking reasons above mentioned into consideration, it's necessary to develop the efficiently working distribution net of agricultural commodities. These commodities are realized through direct and indirect sales, auction system of fruits and vegetables selling, commodity exchanges and foreign trade.

Kľúčové slová :

ponuka, dopyt, marketingové kanály, distribúcia, priamy predaj, nepriamy predaj, sprostredkovateľ, burza, aukcia, zahraničný obchod

Key words :

offer, demand, marketing channels, distribution, direct and indirect sales, middleman, stock exchange, auction, foreign trade

Úvod:

Jedným z predpokladov úspešnosti podnikania je zabezpečiť distribúciu poľnohospodárskych komodít, t.j. riešiť otázky odbytových ciest, predaja a ich rozdelenia. Pokiaľ sa výrobok dostane od výrobcu ku kupujúcemu prechádza viacerými distribučnými (marketingovými) kanálmi, ktoré sú na agropotravinárskom trhu charakterizované množstvom dodávateľov vystupujúcich pri konfrontácii s kupujúcimi v nevýhodnej pozícii. Tento problém je výrazný predovšetkým v tých prípadoch, kedy je sťažená doprava a nie je možné zabezpečiť rýchly presun výrobkov na väčšie vzdialenosti. Jedná sa predovšetkým o výrobky rýchle podliehajúce znehodnoteniu.

Keďže príjmy agropodnikateľov závisia od efektívne fungujúceho trhového systému, spotrebiteľ má záujem o čerstvý a kvalitný tovar, zdravotne nezávadné potraviny, na všetkých stupňoch distribúcie fungujúcu prísnu kontrolu. Rastúci záujem o výrobky pod názvom EKO, resp. BIO, ktoré sa stávajú žiadanými po celý rok zvyšuje požiadavky nielen na skladovanie, plynulé zásobovanie, ale aj uchovanie zdravotne nezávadných a kvalitných výrobkov.

Pri výbere najvhodnejších distribučných kanálov je potrebné zohľadniť :

- povahu trhu (typ trhu, počet potencionálnych zákazníkov, koncentráciu trhu, veľkosť objednávok, nákupné zvyklosti zákazníkov a pod.),
- charakteristiku výrobkov (objem, hmotnosť, trvanlivosť, atď.),
- povahu a cieľ dodávateľského podniku (jeho veľkosť, goodwill, finančné postavenie, skúsenosti, poskytované služby a pod.),
- sprostredkovateľské služby (ich počet a rozmiestnenie, predajnú kapacitu, predajný program, poskytované služby a pod.).

Distribúcia poľnohospodárskych komodít sa zabezpečuje prostredníctvom priamych a nepriamych distribučných kanálov.

Prednosťou priameho predaja (bez sprostredkovateľa) je :

- priamy kontakt výrobcu so spotrebiteľom,
- pružná reakcia na zmenené podmienky trhu,
- rýchly predaj poľnohospodárskych výrobkov,
- možnosť stanoviť ceny,
- získanie zisku obchodníka a pod.

Nevýhodou je :

- preberanie nákladov spojených s predajom,
- potreba ďalšieho kapitálu,
- nižšia intenzita predaja,
- riziko v súvislosti s predajom poľnohospodárskych komodít a pod.

V praxi sa však oveľa častejšie stretávame s takým systémom predaja poľnohospodárskych výrobkov, kedy medzi výrobcom a spotrebiteľom sa nachádza sprostredkovateľský článok.

Výhodou tohto predaja je :

- rozsiahla sieť predaja,
- iný preberá funkcie, problémy a riziká predaja, atď.

Za nevýhodu možno považovať :

- nepatrný vplyv na konečnú cenu výrobku,
- sťaženie kontroly tovaru,
- narušenú komunikáciu výrobcu so spotrebiteľom a pod.

Vlastná práca:

Za účelom posúdenia uplatňovaných výrobných štruktúr v rôznych typoch poľnohospodárskych podnikov a distribúcie poľnohospodárskych komodít bol Katedrou manažmentu uskutočnený prieskum. Jeho výsledky potvrdili, že vo veľkých poľnohospodárskych podnikoch (poľnohospodárske družstvá, štátne majetky a pod.) oproti roku 1989 vzrástli zberové plochy pšenice (107,75 %), raže, ovsu a ostatných obilnín spolu o 105,05 %, repky (148,50 %), slnečnice (120,94 %), strukovín spolu o 127,97 % a zeleniny 111,76 %, ale znížili sa zberové plochy kukurice na zrno (84,67 %), cukrovej repy (58,97 %), zemiakov (75,09 %) a ovocia (94,36 %).

Poľnohospodárska výroba sa prispôbuje dopytu po poľnohospodárskych produktoch. Kým obilniny sú i naďalej najrentabilnejšími plodinami a s ich odbytom nie sú vážnejšie problémy, tak z hľadiska domácich potrieb naďalej deficitnými plodinami sú cukrová repa, olejníny a zemiaky, u ktorých sa problematickým pre pestovateľov stáva rozpad distribučnej siete, kontraktčných väzieb a nestálosť trhových podmienok.

V živočíšnej výrobe sa vytvárajú predpoklady pre stabilizáciu trhu so živočíšnymi produktami. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi sa v roku 1994 spomalil pokles počtov hovädzieho dobytku o 7,7 % a kráv o 6,9 %. Počty ošípaných a prasníc v roku 1994 zaznamenali pokles o 6,5 %, resp. 5,1 % u prasníc.

U súkromne hospodáriacich roľníkov (SHR) je rastlinná výroba orientovaná predovšetkým na výrobu obilnín, strukovín a zeleniny, živočíšna výroba zabezpečuje produkciu bravčového, hovädzieho a hydínového mäsa. 69 % respondentov uviedlo, že i v najbližšom období (5 rokov) chce rastlinnú výrobu realizovať v rovnakom rozsahu a v rovnakej štruktúre plodín, resp. na väčšej výmere, ale nezmenenej štruktúre plodín. 29,8 % SHR uvažuje so zmenou výrobnéj štruktúry v zmysle požiadaviek trhu s orientáciou na pestovanie zeleniny, čakanky, sóje, maku, slnečnice, hrachu, výrobu osív, liečivých rastlín a olejní.

Živočíšnu výrobu bude zabezpečovať v nezmenenom rozsahu a štruktúre zvierat, resp. vo väčšom rozsahu, ale v rovnakej štruktúre zvierat 77,1 % SHR, v rovnakom rozsahu, ale v zmenenej štruktúre zvierat 11,4 % (chov koní, kôz, hydiny a rozšírenie chovu ošípaných).

Zaujímavým sa zdá byť zistenie, že okrem produkcie rastlinnej a živočíšnej výroby sa chce 3,6 % respondentov orientovať na výrobu ekologických potravín, 4,8 % poskytovať ubytovanie, stravovanie a rekreačné služby pre turistov, 14,3 % finalizovať produkciu rastlinnej výroby, 9,5 % finalizovať produkciu živočíšnej výroby, 26,2 % zabezpečovať obchodnú činnosť s poľnohospodárskymi produktami a 5,95 % poskytovať služby spojené s opravou poľnohospodárskych mechanizmov.

Prevažnú väčšinu poľnohospodárskej produkcie (72,4 %) SHR realizujú zmluvne so štátnou organizáciou, 13,1 % zmluvne s poľnohospodárskymi družstvami a štátnymi majetkami, 16,7 % so spracovateľskou organizáciou, 34,5 % zmluvne so súkromným odberateľom a 50 % prostredníctvom priameho predaja.

Podpora plynulého prispôsobovania sa výrobcov poľnohospodárskych výrobkov zmenám podmienok na trhu potravín je funkciou štátneho fondu trhovej regulácie (ŠFTR). Rovnováhu na agropotravinárskom trhu rieši intervenčnými nákupmi a exportnými dotáciami v spolupráci so štátnymi hmotnými rezervami. Pokiaľ ŠFTR do roku 1994 plnil funkciu odčerpávania prebytkov na domácom trhu, tak v budúcom období sa bude orientovať aj na zabezpečenie rovnováhy v zahraničnej obchodnej bilancie podporou exportu.

Rýchly systém predaja ovocia a zeleniny predstavujú aukcie. Predpokladom ich efektívneho fungovania je spoľahlivé hodnotenie kvality jednotlivých produktov, doprava a komunikačný systém.

Dosiahnuť rovnovážny stav medzi ponukou a dopytom na trhu zeleniny a ovocia na Slovensku, stabilizovať plochy zeleniny v produkčných oblastiach južného Slovenska, paralyzovať riziko z podnikania, zabezpečiť rozvoj podnikateľských aktivít a efektívnosť podnikania prvovýrobcov a distribútorov zeleniny, urýchliť zásobovanie širokým sortimentom čerstvého ovocia a zeleniny, znížiť počet stupňov odbytových kanáov prostredníctvom efektívne fungujúceho distribučného systému, využiť existujúce skladovacie objekty poľnohospodárskych a obchodných subjektov na vybudovanie účinnej distribučnej siete to sú hlavné ciele Združenia výrobcov a distribútorov zeleniny ovocia v okrese Nové Zámky a Rimavská Sobota.

Významnú úlohu pri usmerňovaní slovenského agropotravinárskeho trhu zohrávajú komoditné burzy, ktoré predstavujú vysoko organizovanú špecifickú formu trhu, kde dochádza k sústredeniu veľkého počtu predávajúcich a kupujúcich, čo v konečnom dôsledku vedie k utvoreniu konkurenčného prostredia. Okrem obchodnej a informačnej úlohy komoditné burzy plnia aj cenotvornú úlohu. Burzové obchody s niektorými poľnohospodárskymi a potravinárskymi výrobcami (v zmysle štátnych ovolení) vykonávajú Slovenská poľnohospodárska burza a Bratislavská medzinárodná komoditná burza.

Okrem vybudovania efektívne fungujúcej distribučnej siete na domácom trhu, v súčasnom období oživenia ekonomiky rezortu poľnohospodárstva, zohráva významnú úlohu zahraničný obchod. Presadenie sa na svetovom trhu s poľnohospodárskymi komoditami je však veľmi obtiažne, nakoľko jeho objem a štruktúra sú determinované :

- úrovňou ekonomickej vyspelosti krajín vstupujúcich na svetový trh,
- prírodnými podmienkami, ktoré spolu ovplyvňujú úroveň poľnohospodárskej výroby,
- výživovými tradíciami a trendami,
- meniacim sa dopytom v dôsledku nerovnomerného zvyšovania svetovej populácie,
- ochranárskymi a inými regulačnými opatreniami.

Agropotravinársky zahraničný obchod dosiahol v roku 1994 celkový obrat 32,5 mld. Sk, pričom bolo zaznamenané pasívne saldo vo výške 6,9 mld. Sk. Táto nepriaznivá bilancia bola spôsobená prevládajúcim podielom vyvážených surovín a polotovarov, ktorý sa v prevažnej miere realizuje prostredníctvom obchodných firiem orientujúcich svoju činnosť na zahraničný obchod, resp. sprostredkovateľov. Len 10-25 % podiel vyvážených výrobkov je zabezpečovaný

priamym predajom z poľnohospodárskeho podniku alebo podniku spracovateľského priemyslu zahraničnému partnerovi.

Dovoz je však orientovaný na finálne výrobky. Vysoké pasívne saldo v zahraničnom obchode ovplyvňuje dovoz takých výrobkov subtropického pásma a nekompetitívnych surovín ako sú morské ryby, filé, ovocie subtropického pásma, káva, ryža, kakaové bôby, pokrutiny, krmivá a pod. Ich dovoz je tiež zabezpečovaný prostredníctvom firiem zahraničného obchodu, resp. sprostredkovateľov do veľkoobchodov, maloobchodnej siete alebo priamo spotrebiteľom.

Záver:

Výsledky prieskumu poukázali na mnohé problémy, s ktorými sa poľnohospodárske podniky stretávajú. Z nich najvýznamnejšie sa prejavuje nedostatok finančných prostriedkov, platobná neschopnosť, vysoké ceny vstupov, nízke ceny výrobkov, vysoké úrokové sadzby, nedostatočná plynulosť odbytu, neserióznosť v obchodovaní, nedostatočná legislatíva a absencia služieb.

Literatúra :

Ľ. Nagyová , Ľ. Mižičková : Možnosti vytvorenia zeleninárskej a ovocinárskej aukcie družstevného typu v PD Nesvady. Zborník z odbornej konferencie. Marketingové reťazce vo výrobe zeleniny a budovanie distribučnej siete na Slovensku, Nesvady, 1995

Koncepcia obchodnej politiky rezortu poľnohospodárstva, MP SR, 1994

Správa o poľnohospodárstve a potravinárstve v SR, MR SR, 1995