

ґрунтування структурних капітальних вкладень в сферу виробництва, враховуючи прогнозовані темпи розвитку підприємств різних форм власності; обґрунтування рівнів власних, кредитних, інноваційних джерел фінансування капітальних вкладень – нових, для реконструкцій тощо. Перспективними напрямками подальших розробок у цій галузі є впровадження системного оновлення і розвитку матеріально-ресурсних засобів, спожитих у суспільному виробництві аграрної сфери; запровадження ринкових механізмів залучення інвестицій у вигляді банківських кредитів, надання пільгових кредитів, а також реалізація заходів із зниження ризиків кредитування шляхом надання відповідних гарантій. Тільки на основі науково обґрунтованої інвестиційної політики можливе здійснення техніко-технологічного прогресу, перехід на інноваційну модель сільськогосподарського виробництва.

Література.

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : [Монографія] / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с
 2. Саблук П.Т. Стратегічний напрям аграрних реформ – перехід на інноваційну модель розвитку / П.Т. Саблук // Вісник Академії економічних наук України. – 2003. – № 2 (4). – С. 11-16.
- Пархоменко Н. Оцінка конкурентоспроможності інтегрованих агропромислових формувань / Н. Пархоменко // Аграрна економіка. – 2006. – № 5. – С. 19-23.

УДК: 338.432:633.854.78(477.53):338.512

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Писаренко С.В., к.с.-г. н., доцент

Миколенко І.Г., к.е.н.

Полтавська державна аграрна академія

У даній статті представлені результати досліджень ефективності виробництва соняшнику в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області. Розглянуто плив економічних показників урожайності на рівень рентабельності виробництва культури.

In this article the presented results of researches of efficiency of production of sunflower are in the agricultural enterprises of the Poltava area. It is considered some economic indicators of the productivity on the level of profitability of production of culture.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання розвиток виробництва соняшнику повинен визначатися зрушенням в її інтенсифікації та всебічного підвищення ефективності. Тому результативність виробництва залежить від використання засобів виробництва, живої праці та віддачі сукупних вкладень.

В аграрному секторі економіки Полтавської області в останні роки спостерігається значне зростання виробництва олійних культур і, зокрема, – соняшнику.

Загальна зібрана площа досліджуваної культури (в середньому) за досліджувані роки склала 1985,3 тис. га. Розширення площ під олійними культурами відбувається під впливом загальної тенденції збільшення попиту на них. Зростання обсягів виробництва соняшнику свідчить також про високу конкурентоспроможність, яка в окремі роки істотно залежала від цінової кон'юнктури, погодних умов року та інших чинників.

Висока конкурентоспроможність соняшнику, стимулюючи до нарощування обсягів їх виробництва, водночас призводить до значних втрат у сільському господарстві.

Насамперед, відбувається витіснення з виробництва інших, не менш цінних сільськогосподарських культур - цукрового буряку, гороху, кормових культур, а внаслідок розширення площ під соняшником і вирощування його двічі на одному й тому ж місці, суттєво знижується родючість ґрунтів. Дана проблема особливо актуальна для Полтавської області, що обумовлює необхідність проведення поглибленого її вивчення та розробки економічної ефективності виробництва соняшнику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ефективності виробництва соняшнику в більшості досліджень вітчизняних вчених розглядається в контексті необхідності формування повноцінного ринку олійних культур, як основи ефективного розвитку галузі, інтенсифікації виробництва - Бронін О. В., Домашенко Ю.В., Осадчук В.І., Шайко О.Г. [1].

Однак поза увагою тривалий час, залишалося питання екологічної доцільності розширення посівних площ даної культури понад науково-обґрунтовані межі та оцінка економічних втрат, яких при цьому зазнає сільське господарство. Окремі спроби висвітлення проблеми можна знайти в роботах С.М. Бойка [5], Н.А. Іванової [6] та ін.

Постановка завдання. Ця проблема стала особливо актуальною для Полтавської області і знайшла відображення в публікаціях автора [7-8]. Однак до цього часу питання розширення посівних площ під соняшником, понад науково обґрунтовані межі, залишається актуальним і потребує свого вирішення в контексті розгляду екологічних проблем нашої країни, які в тому числі стосуються і зниження родючості ґрунтів. Тому основною метою статті є не лише аналіз даної проблеми, але й пошук обґрунтування шляхів її вирішення, які б дозволили переконливо довести необхідність економічної доцільності повернення соняшнику до оптимального місця в сівозміні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність – динамічна і багатогранна категорія, її зміст залежить від діючої економічної моделі і специфіки галузі господарського комплексу, відносно якої вона розглядається. Зумовлено це тим, що стан економіки країни визначає основні вимоги до діяльності підприємств, сутність критеріїв і змістовність економічних категорій.

Підвищення ефективності виробництва зерна полягає у формуванні комплексу умов для забезпечення розширеного відтворення, що дозволять галузі задовольнити попит суспільства і гармонійно розвиватися на підставі дії стійких організаційно-економічних, правових та соціальних зв'язків і відносин.

В останні роки частка соняшнику в структурі у посівних площ у Полтавській області коливалася в межах більше 30,2 % орної землі, більше ніж в 2 рази перевищувала рівень раціонально обґрунтованих меж.

Найвна динаміка розширення наведена в табл. 1.

Дана проблема досить актуальна і призводить до підвищення валового збору соняшнику, що підтверджує загальний висновок про зниження стійкості його виробництва. Поряд із цим, проблема стійкості виробництва соняшнику в області пов'язана також із фінансовими та матеріально-технічними проблемами господарств.

Більшість із них не забезпечені й не здатні забезпечити себе в повній мірі оборотними засобами на придбання паливно-мастильних матеріалів, засобів захисту рослин, мінеральних добрив та високоякісного насіння.

Таблиця 1

Динаміка розширення посівних площ соняшнику в Полтавській області та в цілому по Україні

Роки	Посівна площа		Соняшник в структурі посівних площ, %	
	Україна	Полтавська область	Україна	Полтавська область
2005	2834	248,2	10,3	16,9
2006	4001	379,8	16,0	27,6
2007	3521	330,5	13,2	21,7
2008	3743	371,8	14,4	24,5
2009	3740	348,1	14,4	22,0
2009 до 2005 (+-)	+131,9	+140,2	+139,8	+130,2

За досліджуваними результатами групування аграрних підприємств Полтавської області за рівнем рентабельності вирощування соняшнику з 2005-2009 рр., у 2005 році 5 було отримано збитки, а у 85 – мінімальний рівень рентабельності склав від 0,1 до 15 %, у 109 – від 15,1 до 50 %, у 57 – від 50,1 до 100 % та у 30 – понад 100,1 % (табл. 2).

Проаналізувавши групування сільськогосподарських підприємств Полтавської області за рівнем рентабельності виробництва соняшнику, можна зробити наступний висновок про те, що у п'ятій групі із найвищим рівнем рентабельності вирощування соняшнику – 181,4 % по групі середня урожайність склала 19,8 ц/га, витрати на 1 га – 697,3 грн., прибуток на 1 га – 1015, повна собівартість 1 ц – 37,8 грн. У даному випадку можна спостерігати, що у п'ятій групі виробничі витрати на 1 га та частка соняшнику в сівозміні виявилася найнижчими з-поміж усіх груп, а урожайність – найвищою. Тобто інтенсифікація

Групування сільськогосподарських підприємств Полтавської області за рівнем рентабельності виробництва соняшнику, 2005-2009 рр.

Групи підприємств за рівнем рентабельності, %	Кількість господарств	Середній рівень рентабельності по групі, %	Соняшник до ріллі, %	Урожайність, ц/га	Виробничі витрати на 1 га, грн.	Прибуток (збиток) на 1 га, грн.	Повна собівартість 1 ц продукції, грн.	Ціна реалізації 1 ц продукції, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2005 р.								
одержали збитки	59	-8,4	21,8	14,0	1092,8	-97,5	92,0	84,3
0,1-10	63	4,5	22,8	15,3	968,6	45,8	83,6	87,3
10,1-50	131	27,2	19,6	15,5	892,8	228,9	68,3	86,9
50,1-100	57	75,6	19,2	16,7	866,6	550,2	53,5	94,0
більше 100,1	30	181,4	17,1	19,8	697,3	1015,0	37,8	106,3
середнє	340	28,8	20,2	15,8	921,7	256,5	69,6	89,7
2009 р.								
одержали збитки	70	-14,6	20,4	12,7	1009	-179	95,7	81,8
0,1-10	49	4,8	21,4	16,2	1141	64	89,3	97,0
10,1-50	139	28,5	19,0	17,6	1104	364	70,1	90,1
50,1-100	48	67,6	17,1	18,3	912	684	54,4	91,2
більше 100,1	12	165,4	13,4	22,0	811	1230	42,4	112,6
середнє	318	23,1	19,1	16,7	1057	286	72,7	89,5

Висновки. Враховуючи нинішній рівень розвитку аграрного виробництва в Полтавській області та економічну ситуацію, зокрема зниження родючості ґрунтів передостанніх десятиліть, обумовлене, не в останню чергу, через перенасичення соняшником сівозмін, потрібно концентрувати виробництво соняшнику та інших олійних культур у підприємствах з відносно кращими показниками їх собівартості і конкурентоспроможності.

Із досвіду минулих років відомо, що від 15 до 30 % господарств одержують збитки, які обумовлені порушенням технології вирощування соняшнику та інших культур, недотриманням агротехнічних вимог щодо їх розміщення у сівозміні. В подальшому розміщення виробництва все в більшій мірі повинно орієнтуватися на природно-біологічні і економічні переваги окремих зон та господарств Полтавської області.

Основні напрямки розв'язання даної проблеми мають включати комплекс заходів із оптимізації структури посівних площ, інтенсифікації галузі та реалізації механізму державного регулювання розвитку через впровадження показників оцінки і визначення економіко-екологічних втрат від вирощування соняшнику та перевищення його частки в сівозміні науково-обґрунтовану межу.

Література.

1. Організаційно-економічні проблеми розвитку АПК. У чотирьох частинах. Ч.4. Ціноутворення, інфраструктура аграрного ринку та виробничий потенціал в АПК : зб. прац. / наук. ред. П.Т. Саблук. - К : ІАЕ, 2001. - С. 96-99.
2. Домашенко Ю.В. Проблеми розвитку ринку олійних культур в Україні / Ю.В. Домашенко // Економіка і управління. – 2001. - № 2. – С. 23-25.
3. Осадчук В.І. Ринок продукції олійних культур в Україні/ В.І. Осадчук // Економіка України. – 2001. – № 9. – С. 56-62.
4. Зб. наук, праць Уманської державної аграрної академії. Вип. 55. / наук. ред. П.Г. Копитко. – Умань : 2002. – С. 325-332.
5. Бойко С.М. Екологічні аспекти вирощування насіння соняшнику та виробництва пр. його переробки в Україні / С.М. Бойко // Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. – 2003. – №1. – С. 47-49.
6. Іванова Н.А. Ефективність виробництва товарного насіння соняшнику / Н.А. Іванова // Економіка АПК – 2004. - № 6. – С. 33-37.
7. Збірник наукових праць Харківського національного аграрного університету : Вип. 1: Зб. наук. праць. – Харків.: ХНАУ, 2007. – С. 72-77.
8. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених, 21-22 лютого 2007 р. Ч. 2. – Умань.: УДАУ, 2007. – С. 71-73.

УДК 338.43:334.758.4 (477)

РОЗВИТОК ТА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРОХОЛДІНГІВ В УКРАЇНІ

*Пілявський В.І., здобувач,
Полтавська державна аграрна академія*

Агрохолдинги, як правило, – це чисто бізнесові проекти, і підтримка та розвиток сільської інфраструктури не є їх функцією. Основним стимулом виникнення агрохолдингів є прагнення власників капіталу примножити його в довгостроковій перспективі. Акціонерні товариства є найбільш привабливими організаційними формами для створення агрохолдингів.

Agroholdings usually - this is a purely business projects, and support and development of rural infrastructure is not their function. The main impetus of agricultural holdings are striving to increase its equity owners in the long run. Joint stock companies are most attractive organizational forms to create agriholdings.

Постановка проблеми. Ланцюжок просування продукції по маркетингових каналах складається із багатьох ланок: виробництво, транспортування, переробка, торгівля. Чим більше комерційних ланок віддалятиме первинного виробника від кінцевого споживача, тим нижче буде ціна для першого і вище – для останнього учасника процесу купівлі-продажу. Скорочення кількості ланок із ланцюжку просування товару до оптимальної кількості з метою зближення виробника до кінцевого споживача і становить сутність оптимізації маркетингових каналів – важливої складової раціональної побудови