

Таким чином, підприємство при виході на будь-який новий ринок, будь то міжнародний чи вітчизняний повинне прорахувати всі плюси та мінуси, врахувати всі особливості даного ринку, галузевих, регіональних, товарних ринків покупців, іншими словами, дати кількісну та фінансовообґрунтовану оцінку існуючих і потенційних можливостей збуту своєї продукції.

Висновки. Маркетинг в сьогоденні здійснюється в умовах більш жорсткої конкуренції, ніж в минулому. До того ж змінюються не лише економічні фактори, що зумовлені інтернаціоналізацією світового господарства та зростанням кількості фірм-конкурентів. Насамперед змінюються споживачі. Вони стають на багато більш вибагливими та висувають нові й нові вимоги до продуктів та послуг, які мають задовольняти їх потреби. Тому, тільки глобальна орієнтація маркетингу дозволить сучасним українським компаніям виживати та конкурувати в жорстких умовах міжнародного ринку.

Література:

1. Босак А.О. Технологія зовнішньоекономічних операцій і міжнародні інформаційні системи: [навч. посіб.] / А.О. Босак, О.Ю. Григор'єв, Р.Д. Бала. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 180 с.
2. Кваша С.М. Трансформаційні перетворення в зовнішньоекономічній діяльності АПК / С.М. Кваша // Вісник аграрної науки. – 2011. – № 8. – С. 71-73.
3. Мірошніченко І.В. Напрями активізації і перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / І.В. Мірошніченко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №3 (45). – С. 76 -80.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 631.1.027-004.14:633

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РІЛЛІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Дивнич А.В., здобувач

Полтавська державна аграрна академія

У статті досліджено окремі аспекти маркетингового забезпечення рільництва у сільськогосподарських підприємствах. Проаналізовано динаміку реалізаційних цін та рівень рентабельності продукції галузі рослинництва. Запропоновані методичні підходи щодо поліпшення асортименту продукції рослинництва за рахунок оптимізації посівних площ товарних культур.

The some aspects of the marketing of farming in agrarian enterprises are investigated in this article. These dynamics of selling price and the profitability of crop production were analyzed. The methodological approaches to improve the range of crop production by optimizing the acreage commodity crops are proposed.

Постановка проблеми. В Україні до цього часу триває процес формування ринків сільськогосподарської продукції. Рівень розвитку агропромислового комплексу залежить не лише від попиту на продукцію, а й від динаміки параметрів виробничих та розподільчо-реалізаційних процесів. Специфіка сільськогосподарського виробництва, що передбачає використання землі як

основного національного багатства, яке перебуває під особливою охороною держави [1; 2], висуває нові вимоги щодо маркетингового забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств. На фоні загострення екологічних проблем суттєво зростає значення оптимізації використання земельних ресурсів, зокрема, ріллі, та пошук шляхів підвищення ефективності їх використання. Необхідність дотримання одного з основних принципів маркетингу, згідно якого виробництво і реалізація товарів має узгоджуватися не лише з потребами споживачів, а й з ресурсними можливостями підприємства, визначає актуальність даного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню аспектів маркетингового забезпечення сільськогосподарського виробництва та обґрунтування маркетингової політики сільськогосподарських підприємств присвячені праці В.М. Нелепа, В.В. Писаренка, В.М. Рабштини та інших.

Постановка завдання. Завданням дослідження є обґрунтування маркетингового підходу при використанні ріллі, визначення параметрів внутрішнього середовища у сільськогосподарських підприємствах, оптимізація асортименту продукції рослинництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищені вимоги щодо використання людиною природних ресурсів у цілому та залучення їх у виробничі процеси зокрема, спрямовують розвиток сільського господарства не на тимчасове зростання фінансових результатів діяльності, а на задоволення потреб споживачів у довготерміновому періоді. Як зазначає В.В. Писаренко, орієнтація на сьгоднішні потреби покупців не може в повній мірі забезпечувати конкурентоздатність підприємства, оскільки ці потреби в майбутньому можуть змінюватися [4, с. 245]. У сільськогосподарських підприємствах це можливо здійснити лише за умови дотримання політики сталого землекористування, збереження властивостей продуктивної частина землі – ґрунтового покриву, який формує врожай сільськогосподарських культур.

Тому маркетингове забезпечення діяльності підприємства має спрямовуватися на підтримання відповідності поставлених цілей наявним ресурсам, органічного та найефективнішого поєднання виробництва, потреб споживачів та забезпечення розвитку підприємства.

Розробка маркетингової програми підприємства передбачає здійснення системного аналізу ринків сільськогосподарської продукції. Враховуючи значну кількість як виробників (продавців), так і споживачів (покупців), першочергової уваги заслуговує динаміка реалізаційних цін.

Проведений нами аналіз показує, що упродовж 2006-2010 рр. ціни практично на всі види основних сільськогосподарських культур мали стійку тенденцію до зростання (табл. 1). Так, у 2010 р. порівняно з 2006 р. та 2008 р. реалізаційні ціни в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області на зернові та зернобобові культури підвищилися у 2,3 рази та 59,1% відповідно, на цукрові буряки – у 2 рази та 89,8%, на картоплю – у 5,4 рази та у 2,4 рази, на олійні культури – у 5,7 рази та на 78,1%. Найбільш стрімке зростання реалізаційних цін спостерігалось на овочі: у 2010 р. порівняно з 2006 р. та 2008 р. їх рівень підвищився відповідно у 11,7 рази та 5,8 рази.

Таблиця 1

**Динаміка реалізаційних цін на сільськогосподарську продукцію
в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області,
2006 – 2010 рр., грн./т**

Продукція	Роки					2010 р. у % від	
	2006	2007	2008	2009	2010	2006 р.	2008 р.
Зернові та зерно-бобові культури	508,5	836,8	734,7	801,5	1168,6	229,8	159,1
Олійні культури	977,1	1853,9	1632,0	2022,0	2906,7	571,6	178,1
Цукрові буряки	176,2	155,4	186,5	270,7	354,0	200,9	189,8
Картопля	1053,0	951,3	1160,3	1448,1	2734,3	537,7	235,7
Овочі відкритого ґрунту	665,4	1006,6	1018,2	2799,6	5951,4	1170,4	584,5

Джерело: розраховано автором за даними [5]

Вказані зміни забезпечували відносно сталі показники економічної ефективності виробництва продукції рослинництва, а, отже – й використання ріллі (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка рівня рентабельності продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2006 – 2010 рр., %

Продукція	Роки					Абсолютне відхилення (+; -) 2010 р. від	
	2006	2007	2008	2009	2010	2006 р.	2008 р.
Рослинництво – всього	7,0	46,9	17,9	19,4	28,0	21,0	10,1
Зернові та зерно-бобові культури	9,3	43,2	20,7	14,2	19,7	10,4	-1,0
Соняшник	20,3	114,5	30,3	44,9	69,2	48,9	38,9
Цукрові буряки	1,9	-16,4	0,7	-19,3	-1,0	-2,9	-1,7
Овочі відкритого ґрунту	-18,9	24,9	3,6	4,4	-0,2	18,7	-3,8
Картопля	26,8	12,8	28,8	43,8	33,8	7,0	5,0

Джерело: розраховано автором за даними [5]

Так, за 2006-2010 рр. рівень рентабельності виробництва продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області збільшився на 21,0%, а порівняно з 2008 р. на – 10,1%. Серед сільськогосподарських культур найбільш рентабельним є виробництво соняшнику – 69,2%, що на 48,9% більше порівняно з 2006 р. Стагнаційні процеси у буряківництві в регіоні призвели до переважно збитковості виробництва цукрових буряків (рівень збитковості становить 1,0%). Нестабільним також є економічна результативність виробництва овочів відкритого ґрунту – у 2006 та 2010 рр. їх вирощування було збитковим.

Також слід вказати на відсутність чіткої залежності між досягнутим рівнем продуктивності одиниці площі ріллі (урожайністю) у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області та фактичним рівнем рентабельності виробництва (рис. 1).

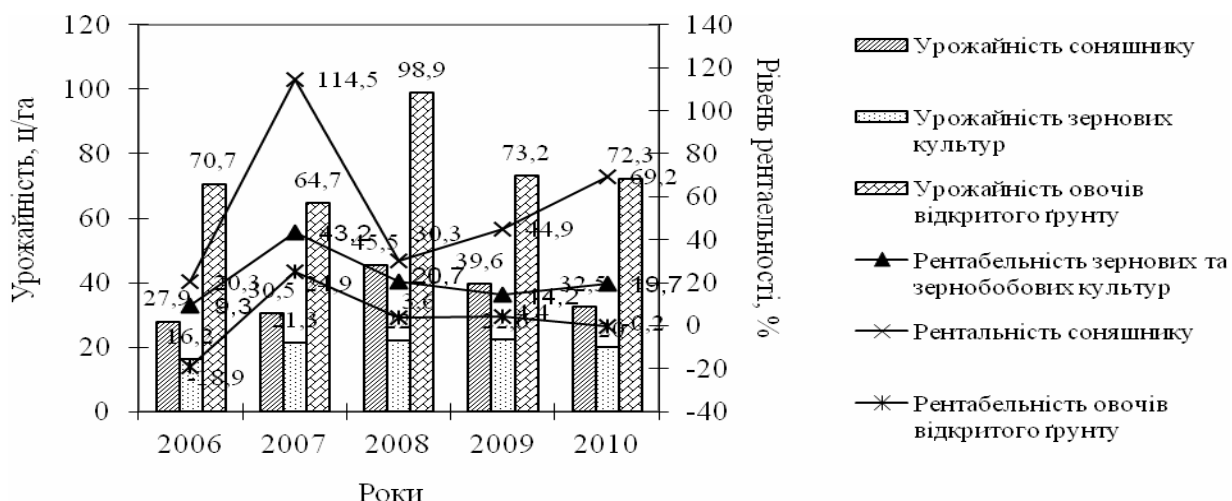


Рис. 1. Динаміка урожайності та рентабельності виробництва продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2006 – 2010 рр.

Джерело: розраховано автором за даними [5]

Це пояснюється як існуючим диспаритетом цін на продукцію сільськогосподарства та на засоби виробництва, так і здійсненням необґрунтованих витрат у сільськогосподарських підприємствах, невикористання резервів виробництва і, таким чином, – неефективним землекористуванням.

Обґрунтування виробничої та маркетингової програми галузі рослинництва полягає в аналізі існуючої та плануванні перспективної галузевої структури. Її характеризує структура валової і товарної продукції галузі рослинництва, структура посівних площ. Розглянемо зміни в галузевій структурі рослинництва на прикладі окремих сільськогосподарських підприємств Полтавської області (СВК “Батьківщина” Котелевського району, ПП “Ланна-Агро” Карлівського району та ПАФ “Подолька” Диканського району).

З метою оптимізації структури галузі рослинництва та посівних площ складається система рівнянь. Виходячи з обраного критерію оптимальності – максимум валового прибутку, визначення оптимального поєднання галузей полягає у знаходженні максимуму функції:

$$Z = \sum_{i=1}^n \pi_i \cdot Y_i \cdot X_i \rightarrow \max, \quad (1)$$

де π_i – прибуток на 1 ц i -го виду сільськогосподарської культури, грн.; Y_i – прогнозована урожайність i -тої сільськогосподарської культури, ц/га; X_i – площа посіву i -тої сільськогосподарської культури, га; i – вид сільськогосподарської культури ($i = 1, 2, \dots, n$).

У разі максимізації цільової функції необхідно виконати ряд умов, що називаються виробничими обмеженнями. За економічним змістом виробничі обмеження можна поділити на такі групи: обмеження щодо ресурсів (рілля, сіножаті, трудові ресурси), гарантованого (державне замовлення, договори, внутрішньогосподарські потреби) обсягу виробництва найважливіших видів продукції, дотримання сівозмін. Обмеження щодо ріллі мають вигляд:

$$\sum_{i=1}^n X_i \leq \text{ПЛ}_p, \quad (2)$$

де ПЛ_p – площа ріллі в сільськогосподарському підприємстві, га.

Зміст обмеження полягає в тому, що ріллі не можна використати більше наявних у підприємстві площ. Подібний вигляд мають обмеження щодо інших видів сільськогосподарських угідь, а також трудових ресурсів і засобів механізації.

Стосовно гарантованого обсягу виробництва окремих видів продукції обмеження мають вигляд:

$$\sum_{i=1}^n Y_i \cdot X_i \leq \text{ОВ}_i, \quad (3)$$

де ОВ_i – гарантований обсяг виробництва i -го виду сільськогосподарської культури, ц.

Фіксований розмір галузі (A_i), пов'язаний з обмеженнями щодо дотримання сівозмін або інших структурних співвідношень, вводиться у модель задачі такими обмеженнями:

$$X_i \leq A_i, X_i = A_i, X_i \geq A_i \quad (4)$$

Обмеження невід'ємності змінних має вигляд $X_i \geq 0$.

Використання резервів більш ефективного використання посівних площ товарних культур дозволяє оптимізувати асортимент сільськогосподарської продукції підприємства з урахуванням існуючих обмежень у виробничих ресурсах та можливих виробничих витратах (табл. 3).

Проведеними дослідженнями встановлено, що шляхом перерозподілу посівних площ на користь сільськогосподарських культур, що користуються підвищеним попитом, і, відповідно, мають більшу вартість, у СВК “Батьківщина” Котелевського району можливо додатково отримати 455,55 тис. грн., у ПП “Ланна-Агро” Карлівського району – 1298,72 тис. грн., у ПАФ “Подolia” Диканського району – 328,05 тис. грн. При цьому у даних підприємствах рекомендовано припинити практику мінімізації виробничих витрат з одночасним прагненням отримувати максимум врожаю з одиниці земельної площі без поновлення продуктивних властивостей ґрунтового покриву, та застосовувати науково обґрунтовані сівозміни.

Зазначимо, що оптимізація асортименту продукції у досліджуваних сільськогосподарських підприємствах не потребує залучення додаткових земельних масивів, та дозволяє уникнути відповідних трансакційних витрат.

Висновки. Однією з проблем маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств є узгодження потреб споживачів із наявним ресурсним забезпеченням. Тому оптимізація структури посівних площ є одним із шляхів підвищення ефективності використання ріллі. Перспективними дослідженнями у даному напрямку є вивчення питань підвищення ефективності земельно-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств шляхом задоволення попиту на продукцію органічного землеробства.

Таблиця 3

Резерви збільшення виробництва продукції рослинництва в окремих сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за рахунок оптимізації посівної площі товарних культур на 2013 р.

Культури	Посівна площа, га		Фактична урожайність у середньому за 5 років, ц/га	Резерв збільшення виробництва продукції	
	2010 р.	2013 р. (план)		у натуральному виразі, ц	прибутку, тис. грн.
СВК “Батьківщина” Котелевського району					
Зернові та зернобобові – всього	2475	2500	х	х	103,89
у т. ч. пшениця	1100	1260	42,4	6784,0	55,15
кукурудза на зерно	810	450	70,8	-25488,0	-512,56
горох	215	370	29,4	4557,0	439,61
Технічні культури – всього	1206	1181	х	х	351,65
у т. ч. соняшник	756	600	25,4	-3962,4	-401,15
цукрові буряки	370	550	308,4	55512,0	761,07
Картопля	5	5	140,6	-	0,00
Овочі відкритого ґрунту	4	4	113,4	-	0,00
Всього	3690	3690	х	х	455,55
ПП “Ланна-Агро” Карлівського району					
Зернові та зернобобові – всього	1520	2078	х	х	1562,71
Пшениця	389	1200	39,8	32277,8	1793,03
Кукурудза на зерно	385	330	54,0	-2970,0	-171,13
Ячмінь	717	475	30,7	-7429,4	-145,39
Технічні культури – всього	1611	1050	х	х	-272,07
Соняшник	583	600	25,2	428,4	66,87
Цукрові буряки	721	400	362,1	-116234,1	-211,55
Картопля	3	4	45,5	45,5	2,07
Овочі відкритого ґрунту	4	6	88,5	177,0	6,01
Всього	3138	3138	х	х	1298,72
ПАФ “Подолька” Диканського району					
Зернові та зернобобові – всього	4328	6467	х	х	6410,69
Пшениця	1003	2800	43,2	77630,4	6469,72
Кукурудза на зерно	1719	1300	76,3	-31969,7	-1317,47
Ячмінь	1606	2000	34,8	13711,2	854,89
Горох	-	367	21,9	8037,3	403,55
Технічні культури – всього	6342	4200	х	х	-6085,6
Соняшник	3479	2500	23,4	-22908,6	-2742,39
Цукрові буряки	1142	510	303,8	-192001,6	-2432,66
Овочі відкритого ґрунту	2	4	26,0	52,0	2,94
Всього	10671	10671	х	х	328,05

Джерело: дані підприємств, розрахунки автора

Література:

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 141.
2. Земельний кодекс України від 5 жовтня 2001 р. № 2768-III : [Електронний ре-

курс] // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2768-14/page>.

3. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві : [підручник] / В.М. Нелеп. – К. : КНЕУ, 2004. – 495 с.

4. Писаренко В.В. Маркетинг овочевої продукції (методичні та практичні аспекти) : [монографія] / В.В. Писаренко. – Полтава : ПДАА, 2008. – 302 с.

5. Сільське господарство області у 2010 році : Статистичний збірник / За ред. Л.М. Безхлібняк. – Полтава : Головне управління статистики у Полтавській області, 2011. – 268 с.

УДК 658.27.003.12:338.43

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

*Дорогань Л.О., к.е.н., доцент, Кончаковський Є.О., к.е.н.,
Живогляд Ю.О., магістрант*

Полтавська державна аграрна академія

В статті розглядаються методи оцінки ефективності основних засобів підприємств аграрного сектору. Здійснено огляд основних показників оцінки використання основних засобів з урахуванням особливостей галузі сільського господарства.

The article describes how to assess the effectiveness of the basic production assets of enterprises of the agricultural sector. A review of key indicators to measure the use of basic production assets, taking into account characteristics of the agricultural sector.

Постановка проблеми. Зростаюча інтеграція аграрного сектору України до світового економічного простору характеризується кардинальними змінами в організації та управлінні виробництвом. Економічні перетворення зумовлюють необхідність як розробки нової стратегії розвитку сільського господарства, так і нових підходів до дослідження окремих економічних категорій, зокрема категорії основних засобів та оцінки ефективності їх використання.

Основні засоби сільського господарства є однією із складових виробничого потенціалу, як галузі, так і народного господарства держави. В останні роки через обмеженість фінансових ресурсів спостерігаються негативні тенденції у відтворенні основних засобів аграрного сектора. Окрім низки об'єктивних чинників, дана ситуація зумовлена також невідповідністю між головними складовими управління основними засобами – плануванням, оцінкою та формуванням їхнього обсягу та структури. В сучасних умовах питання точної оцінки ефективного використання основних засобів набуває актуального значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі вивчення питань оцінки ефективності використання основних засобів привертає увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Теоретичні та практичні аспекти ефективності капітальних вкладень та їх особливості в сільському господарстві, методи обґрунтування відповідних нормативів досліджувались і висвітлені у роботах вітчизняних учених: В.Г. Андрійчука [1], В.М.