

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Здійснено аналіз показників виробничо-збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області в розрізі видів продукції. Розглянуто рівень конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів залежно від їх розмірів за площею землекористування. Вказано напрями підвищення ефективності їх функціонування за допомогою маркетингових методів.

The analysis of indexes of producing and selling activities of agricultural enterprises in Cherkasy region as to varieties of production was done. The level of competitiveness of enterprises depending on the cultivated areas was shown. The ways of increase of efficiency of their functioning with the help of marketing methods was given.

Key words: competitiveness, agricultural enterprises, marketing methods, production expenses, income.

Сучасний стан економіки нашої країни вимагає створення необхідних умов для забезпечення зростання конкурентоспроможності всіх її сфер, зокрема, агропромислового виробництва, де виробляється 90% продовольчої продукції, близько 35% валового внутрішнього продукту. Чим вища конкурентоспроможність суб'єктів аграрного ринку, тим вища ефективність їх господарської діяльності [1]. Тому підвищення конкурентоспроможності виробництва в сільськогосподарських підприємствах має стати одним з найважливіших пріоритетів аграрної політики України.

Методологічні й методичні питання підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК розглядаються в працях відомих вітчизняних учених-економістів: М. І. Андрушка, Г.О. Андрусенка, А.Г. Буцик, А.В. Войчака, А.С. Воронової, С. С. Гаркавенка, В. Г. Герасимчука, О.О. Гетьман, О.П. Гоголі, К. Я. Єрохіна, М.П. Канівського, М.Ю. Коденської, М.Ф. Кропивка, В.П. Косіюка, В. В. Липчука, А. Лисенка, П.М. Макаренка, В. П. Оніщенко, А. В. Романова, М.П. Сахацького та інших [1-7]. Проте, незважаючи на вагомість їхніх розробок, ефективна система чинників забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств ще не сформована, надто мало практичних розробок щодо її проектування, організації і раціонального функціонування, внаслідок чого вона досить повільно проникає в господарський менеджмент аграрних підприємств.

У даному науковому дослідженні пропонуємо розглянути рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Черкаської області в залежності від розмірів площі їх землекористування та визначити напрями його підвищення за допомогою маркетингових методів.

Теоретичною та методологічною базою дослідження є діалектичний метод пізнання економічних процесів, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних учених з досліджуваної проблеми. У процесі дослідження використовувались такі методи: діалектичний, абстрактно-логічний, емпіричний (порівняння), рядів динаміки, групування.

Черкаська область є одним з економічних регіонів, ідентифікація якого відповідає всім вимогам і принципам економічного районування: компактна територія, схожість природних умов і агроресурсного потенціалу; чітко виражена спеціалізація сільського господарства і переробних галузей та їх місце у загальнодержавному поділі праці; комплексне використання ресурсів, тісні взаємозв'язки та взаємозалежність економіки районів, що входять до її складу, схожі для області тенденції та напрями розвитку.

Зробимо поглиблений аналіз виробничо-збутової діяльності та рівня конкурентоспроможності сільськогосподарськими підприємствами області в розрізі основних видів продукції: зерна, насіння соняшнику, ріпаку, цукрових буряків, м'яса ВРХ та свиней, а також молока.

Загалом, протягом досліджуваного періоду, спостерігаємо підвищення обсягів виробництва зерна (табл. 1) на 62,6 %. Вплив на дане явище мало як збільшення площі посіву, в 2009 році проти 2005, на 24,2 %

так і зростання урожайності на 11,7%. Валовий збір насіння соняшнику також зріс майже в 2 рази, як за рахунок росту посівних площ (збільшилися на 30,9 %) так і урожайності (приріст – 8,1 ц).

Таблиця 1

Динаміка виробництво продукції в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області

Показник	Роки					2009 у % до 2005 р.
	2005	2006	2007	2008	2009	
Зерно						
площа, га	395106	384292	430970	487707	490699	124,19
урожайність, ц/га	37,9	35,4	31,6	47,1	49,6	130,87
валовий збір, ц	14974402	13584070	13634390	22964323	24349104	162,60
виробнича собівартість 1 ц, грн.	31,85	37,95	54,91	58,08	62,53	196,33
Соняшник						
площа, га	77751	69206	57804	95588	101782	130,91
урожайність, ц/га	16,1	16,7	18,9	20,8	24,2	150,31
валовий збір, ц	1253016	1156177	1090937	1985433	2458347	196,19
виробнича собівартість 1 ц, грн.	65,06	75,27	85,36	106,87	114,21	175,55
Ріпак						
площа, га	8494	28707	48235	85540	64184	8 р.
урожайність, ц/га	24,4	19,6	15,8	29,9	14,3	58,61
валовий збір, ц	207259	562238	762514	2554721	917831	4,5 р.
виробнича собівартість 1 ц, грн.	58,28	73,75	116,52	100,47	183,45	314,77
Цукрові буряки						
площа, га	33677	49039	37218	23670	16114	47,85
урожайність, ц/га	315,9	336,0	280,2	336,2	351,5	111,27
валовий збір, ц	10639854	16476030	10428045	7957985	5664131	53,24
виробнича собівартість 1 ц, грн.	13,69	13,84	18,39	18,67	24,23	176,99
М'ясо ВРХ (в живій вазі)						
поголів'я, гол.	105138	105892	92848	92548	90620	86,19
середньодобовий приріст, г	432	412	450	460	477	110,42
валовий приріст, ц	165628	159225	152351	155332	157903	95,34
виробнича собівартість 1 ц, грн.	695,04	802,90	914,58	1221,96	1297,00	186,61
М'ясо свиней (в живій вазі)						
поголів'я, гол.	113719	142498	152768	140416	171353	150,68
середньодобовий приріст, г	268	285	323	374	343	127,99
валовий приріст, ц	111299	148401	180379	191613	214425	192,66
виробнича собівартість 1 ц, грн.	727,07	738,91	785,09	1050,91	1141,31	156,97
Молоко						
поголів'я, гол.	50539	45939	42472	44747	45194	89,42
продуктивність, ц	36,2	39,2	42,6	41,8	45,4	125,41
валовий удій, ц	1826966	1799674	1807673	1872008	2051290	112,28
виробнича собівартість 1 ц, грн.	78,92	85,58	113,31	146,56	150,68	190,93

Протягом останніх 5 років серед сільськогосподарських товаровиробників широкої популярності набуло вирощування ріпаку (площі посіву зросли протягом 2005-2008 років у 10 разів). В даний час ця культура вважається однією із найприбутковіших, що пов'язано із великим рівнем попиту на неї на світових ринках (використовується для виробництва біопалива). Зменшення збірної площі у 2009 році, як і урожайності пояснюється складними погодно-кліматичними умовами, що призвели до загибелі значних площ посівів даної культури.

Однією із стратегічних культур, що забезпечують продовольчу безпеку країни є цукрові буряки. До недавнього часу вони давали біля 50% грошової виручки сільськогосподарських товаровиробників. Проте через відсутність продуманої державної політики щодо даної галузі спостерігається катастрофічний занепад її – скорочення посівних площ більш як у 2 рази, що пов'язано із високим рівнем капіталовкладень та значними затратами праці, а з іншого боку низькими реалізаційними цінами.

Аналіз обсягів виробництва одного з найважливіших продуктів харчування населення України – м'яса свідчить, що останніми десятиліттями виробництво його в розрахунку на одну людину зменшилося майже на 70%. Скорочення поголів'я тварин, зменшення їх продуктивності зумовило різке зниження м'ясного потенціалу Черкаської

області, особливо це стосується м'ясного скотарства. Так, протягом останніх 5 років, виробництво м'яса ВРХ в регіоні зменшилося на 9,5 % (поголів'я скоротилося на 14% хоч і продуктивність його зросла). Щодо галузі свинарства, протягом 2005-2008 років, поголів'я свиней зросло на 50 %, що дало змогу збільшити валове виробництво продукції на 92,6 %. Поштовхом до цього стала сприятлива кон'юнктура ринку свинини для товаровиробників, що склалася протягом останніх років.

Молокопродуктовий підкомплекс відіграє важливу роль у стабілізації національної аграрної економіки, оскільки його функціонування має кореляційний вплив на рівень розвитку інших галузей і соціальної сфери. Протягом досліджуваного періоду в регіоні спостерігалася тенденція до зменшення поголів'я корів (на 10,6 %) при одночасному підвищенні їх продуктивності (на 25,4%), проте це призвело до зростання валового виробництва молока на 12,2 %.

Протягом 2005-2009 рр. зросла виробнича собівартість одиниці продукції, в залежності від виду, в 1,6-2 рази, що пов'язано із зростанням цін на матеріальні ресурси та підвищення мінімального рівня заробітної плати.

В таблиці 2 здійснено аналіз виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області в залежності від площі землекористування. Спостерігається тенденція – із зростанням об'ємів виробництва зменшується виробнича собівартість одиниці продукції.

Таблиця 2

Виробництво продукції сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області в залежності від їх розмірів у 2008 р.

Показник		Групи підприємств за площею сільсько-господарських угідь, га			
		до 1500	1501 - 2000	2001 - 2500	2501 і більше
Зерно	кількість підприємств у групі, од.	146	77	47	83
	площа, га	622,7	933,5	1201,5	2518,2
	питома вага в структурі посівних площ, %	60,0	53,7	54,1	54,3
	урожайність, ц/га	39,3	43,0	44,2	48,6
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	55,77	78,60	53,00	76,51
Соняшник	кількість підприємств у групі, од.	120	71	40	72
	площа, га	177,9	223,3	240,8	510,3
	питома вага в структурі посівних площ, %	17,1	12,9	10,9	11,1
	урожайність, ц/га	18,0	20,3	19,5	21,8
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	97,60	98,03	104,20	119,66
Ріпак	кількість підприємств у групі, од.	96	58	36	58
	площа, га	166,4	231,7	227,4	612,5
	питома вага в структурі посівних площ, %	15,6	13,3	10,2	12,8
	урожайність, ц/га	26,1	28,3	28,7	32,9
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	95,60	101,41	105,19	96,09
Цукрові буряки	кількість підприємств у групі, од.	3	15	10	13
	площа, га	178,7	153,6	336,5	562,1
	питома вага в структурі посівних площ, %	19,6	8,8	15,0	10,8
	урожайність, ц/га	322,1	332,5	353,2	394,0
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	15,34	16,02	15,37	18,24
М'ясо ВРХ (в живій вазі)	кількість підприємств у групі, од.	40	44	34	56
	середньорічне поголів'я, гол.	196	333	437	847
	продуктивність, ц	1,5	1,7	1,6	1,8
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	1306,1	1191,1	1235,3	1169,5
М'ясо свиней (в живій вазі)	кількість підприємств у групі, од.	61	52	29	58
	середньорічне поголів'я, гол.	185	686	489	1058
	продуктивність, ц	1,0	1,5	0,9	1,4
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	1841,85	953,52	1221,02	1087,56
Молоко	кількість підприємств у групі, од.	37	46	32	52
	середньорічне поголів'я, гол.	124	193	250	393
	продуктивність, ц	33,5	40,3	38,5	47,1
	виробнича собівартість 1 ц, грн.	151,8	142,5	144,6	172,9

Проаналізувавши стан виробництва основних видів сільськогосподарської продукції в господарствах Черкаської області, можна зробити висновок, що воно знаходиться на задовільному рівні, але ситуація не є

найкращим варіантом існування сільгосптоваровиробників. Адже деякі підприємства мають досить хитке економічне становище і ледь жевріють у вирі складних економічних відносин.

Рівень товарності основних видів продукції досліджуваних сільськогосподарських підприємств коливається за роками (таблиця 3). Якщо даний показник перевищує 100%, то це означає, що підприємства реалізують більше продукції ніж виробляють за рахунок перепродажу придбаної у населення та інших організацій, запасів минулого року, зменшення поголів'я основного стада.

Таблиця 3

Ефективність реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області

Показник	Роки				
	2005	2006	2007	2008	2009
Зерно					
рівень товарності, %	85,6	88,5	71,0	71,3	95,9
ціна, грн.	40,97	52,04	82,77	75,84	86,34
прибуток на 1 ц, грн.	1,99	7,77	19,20	7,06	15,48
рівень рентабельності, %	5,1	17,6	30,2	10,3	21,9
Соняшник					
рівень товарності, %	81,9	101,0	108,7	66,0	107,4
ціна, грн.	99,76	103,40	192,86	132,60	194,83
прибуток на 1 ц, грн.	21,89	19,88	85,26	11,88	60,76
рівень рентабельності, %	28,1	23,8	79,2	9,8	45,3
Ріпак					
рівень товарності, %	94,8	95,0	96,0	94,2	94,7
ціна, грн.	90,28	111,08	166,31	216,09	221,93
прибуток на 1 ц, грн.	16,06	17,24	26,65	80,71	26,93
рівень рентабельності, %	21,6	18,4	19,1	59,6	13,8
Цукрові буряки					
рівень товарності, %	60,3	52,0	53,1	51,2	84,4
ціна, грн.	16,79	16,32	14,44	17,34	33,77
прибуток на 1 ц, грн.	2,16	1,89	-2,62	-0,42	8,02
рівень рентабельності, %	14,8	13,1	-15,4	-2,4	31,2
М'ясо ВРХ (в живій вазі)					
рівень товарності, %	111,5	120,2	130,2	110,4	102,6
ціна, грн.	548,29	496,01	538,71	871,41	847,16
прибуток на 1 ц, грн.	-83,44	-191,05	-266,63	-173,48	-193,10
рівень рентабельності, %	-13,2	-27,8	-33,1	-16,6	-18,6
М'ясо свиней (в живій вазі)					
рівень товарності, %	80,8	87,0	98,0	93,1	87,6
ціна, грн.	873,07	693,28	619,03	1183,83	1361,05
прибуток на 1 ц, грн.	96,25	-54,81	-225,16	22,58	127,12
рівень рентабельності, %	12,4	-7,3	-26,7	1,9	10,3
Молоко					
рівень товарності, %	85,4	86,0	87,9	91,2	91,4
ціна, грн.	108,01	98,68	161,16	184,23	181,30
прибуток на 1 ц, грн.	23,58	7,82	34,71	20,09	14,46
рівень рентабельності, %	27,9	8,6	27,5	12,2	8,7

Протягом досліджуваного періоду рентабельною була господарська діяльність щодо зерна, ріпаку, насіння соняшника та молока. Виробництво м'яса (в основному ВРХ) не є рентабельним в переважній більшості господарств через незбалансованість кормових раціонів, погане ветеринарне обслуговування, як наслідок низькі середньодобові прирости при високому рівні витрат.

В таблиці 4 наведені дані щодо ефективності збутової діяльності відносно продукції сільськогосподарських підприємств Черкаської області в залежності від розмірів землекористування. Так, протягом досліджуваного періоду підприємства з площею понад 2000 га, щодо зерна, несли більші витрати на збут (доведення продукції до вищої кондиції, пошук кращих каналів реалізації і т.д.), що дало їм можливість одержати вищу ціну (зростає із розміром підприємства, оскільки крім іншого останні здатні забезпечити великі партії продукції), а отже і мати вищий рівень рентабельності. Ефективність збуту насіння соняшнику знижується з року в рік незалежно від розміру

Таблиця 4

**Ефективність збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами
Черкаської області в залежності від їх розмірів у 2008 р.**

Продукція рослинництва					Продукція тваринництва				
показник	групи підприємств за площею сільсько-господарських угідь, га				показник	групи підприємств за площею сільсько-господарських угідь, га			
	до 1500	1501 – 2000	2001 – 2500	2501 і більше		до 1500	1501 – 2000	2001 – 2500	2501 і більше
Зерно					М'ясо ВРХ (в живій вазі)				
рівень товарності, %	75,7	68,4	72,6	67,4	рівень товарності, %	134,2	104,8	110,3	104,4
повна собівартість 1 ц, грн.	62,94	68,91	63,73	70,39	повна собівартість 1 ц, грн.	1123,18	1031,25	930,89	1022,47
в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	0,00	7,71	6,93	9,05	в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	116,18	65,83	96,47	76,43
ціна реалізації 1 ц, грн.	71,42	77,19	76,19	81,52	ціна реалізації 1 ц, грн.	871,52	873,16	841,91	892,82
прибуток на 1 ц, грн.	8,48	8,28	12,46	11,13	прибуток на 1 ц, грн.	-251,67	-158,09	-88,98	-129,65
прибуток на 1 га, грн.	252,10	243,33	399,90	364,74	прибуток на 1 гол., грн.	-492,49	-273,77	-159,45	-238,42
рівень рентабельності, %	13,5	12,0	19,5	15,8	рівень рентабельності, %	-22,4	-15,3	-9,6	-12,7
Соняшник					М'ясо свиней (в живій вазі)				
рівень товарності, %	61,4	64,2	68,5	57,9	рівень товарності, %	110,2	86,7	107,2	90,4
повна собівартість 1 ц, грн.	113,64	103,87	110,77	109,31	повна собівартість 1 ц, грн.	1255,10	1077,26	1258,34	1253,51
в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	12,09	12,77	12,14	22,75	в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	116,71	148,64	105,50	173,29
ціна реалізації 1 ц, грн.	112,95	129,47	163,18	145,96	ціна реалізації 1 ц, грн.	1159,78	1130,58	1234,95	1126,06
прибуток на 1 ц, грн.	-0,69	25,60	52,40	36,66	прибуток на 1 ц, грн.	-95,32	53,32	-23,39	-127,46
прибуток на 1 га, грн.	-7,58	334,50	697,82	463,04	прибуток на 1 гол., грн.	-105,98	69,67	-21,73	-163,36
рівень рентабельності, %	-0,6	24,6	47,3	33,5	рівень рентабельності, %	-7,6	4,9	-1,9	-10,1
Ріпак					Молоко				
рівень товарності, %	91,8	93,8	95,8	93,6	рівень товарності, %	83,2	92,3	90,2	91,7
повна собівартість 1 ц, грн.	124,76	147,95	145,80	133,88	повна собівартість 1 ц, грн.	178,04	154,91	165,28	165,89
в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	11,70	18,27	15,58	16,91	в т.ч. збутові витрати на 1 ц, грн.	14,99	12,10	19,05	14,90
ціна реалізації 1 ц, грн.	218,52	215,31	213,29	218,75	ціна реалізації 1 ц, грн.	181,48	175,56	185,59	186,47
прибуток на 1 ц, грн.	93,76	67,36	67,50	84,87	прибуток на 1 ц, грн.	3,44	20,66	20,32	20,58
прибуток на 1 га, грн.	2247,79	1786,54	1857,16	2616,09	прибуток на 1 гол., грн.	95,86	769,24	705,15	888,67
рівень рентабельності, %	75,1	45,5	46,3	63,4	рівень рентабельності, %	1,9	13,3	12,3	12,4

господарства. Це пов'язано з тим, що витрати на його виробництво і збут зростають більш швидкими темпами ніж ціна, хоч підприємства і намагаються покращити якість продукції, про що свідчать відповідні витрати. У 2008 році рівень товарності досліджуваної продукції не перевищував 70 %, хоча в попередні роки він наближався до 100 %. Це пояснюється тим, що на думку товаровиробників, у даному році реалізаційна ціна, яка пропонувалася операторами ринку була дещо заниженою.

В країнах Європейського союзу площі під ріпаком, який в основному використовується для виробництва біодизеля, протягом останніх років, скорочуються, останніх не вистачає для виробництва продовольчих культур. Це призвело до створення незадоволеного попиту на сировину з боку переробних підприємств, потужності яких виявилися не завантаженими. Високий рівень цін на насіння ріпаку зумовив його прибутковість, а отже і зростання швидкими темпами обсягів виробництва даної культури сільськогосподарськими підприємствами України, які є основним джерелом гарантування продовольчої безпеки держави. В цілому виробництво ріпаку на Черкащині повторює загальнонаціональні тенденції розвитку галузі та при цьому залишаючись, поряд із зерном, прибутковою сільськогосподарською культурою аграрного сектору регіону. Також аналізовані показники свідчать, що із зростанням розміру підприємства збільшується ціна реалізації, а в результаті і розмір прибутку на одиницю продукції.

Якщо раніше цукрові буряки реалізувалися у 100 % розмірі, від кількості виробленої продукції, переробним підприємствам, то в останні роки товаровиробники залишають частину збіжжя на корм худобі. Найвища ефективність господарської діяльності, щодо даного виду продукції, спостерігається у підприємств із площею понад 2500 га сільськогосподарських угідь.

За останні п'ять років у м'ясному скотарстві Черкаської області спостерігалася досить суперечлива картина. На тлі триваючого скорочення поголів'я великої рогатої худоби й обсягів виробництва яловичини в сільськогосподарських підприємствах базові показники економічної ефективності в цій галузі змінювалися по-різному. Так, протягом досліджуваного періоду виробництво було збитковим, незалежно від розміру підприємства, проте рівень збитковості зменшився майже в половину. Збільшення ціни на свинину мало в цілому позитивні ознаки протягом досліджуваного періоду: хоча й не було майже досягнуто рентабельного виробництва продукції – рівень збитковості в галузі свинарства є найменшим за останнє десятиліття. Можливості товаровиробників реалізувати продукцію за вищою ціною і одержання необхідного рівня доходу обмежуються нерозвиненістю ринкової інфраструктури, відсутністю належного транспортного сполучення між виробниками і заготівельними організаціями, інформації про моніторинг цін і ринки збуту, що зумовлюють великі витрати маркетингу. Цьому додатково сприяють примітивний рівень виробництва (технологічна складова) і його низька економічна ефективність в свинарстві.

В цілому ефективність виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами протягом досліджуваного періоду була рентабельною і її рівень, в середньому по області, не опускався нижче 8,6 % у 2006 р., а найвищим був у 2005 р. – 27,9 % (в розрізі підприємств за земельною площею – ефективна господарська діяльність щодо молока спостерігається у господарств з площею понад 1500 га, оскільки останні здатні утримувати достатньо велике поголів'я і забезпечувати його повноцінними кормами). Це свідчить про те, що хоч собівартість молока і зросла, протягом зазначеного періоду в 2,3 рази, рівень цін піднімався аналогічними темпами, проте він ще не досяг свого справедливого рівня.

Все це зайвий раз підтверджує нагальну потребу застосування державного регулювання закупівельних цін на сільськогосподарську сировину і, насамперед, продукцію галузей тваринництва, з тим, щоб досягти максимального наближення окупності витрат з розрахунку на одиницю продукції в господарствах різних форм власності.

За умов розвитку ринкових відносин та відміни державного замовлення, основними каналами збуту продукції сільськогосподарських підприємств є: переробні підприємства, орендна плата за паї, населенню (в рахунок оплати праці), реалізація на ринку, комерційні організації (табл. 5). Роль того чи іншого каналу для різних видів продукції різна. Так, при збуті зернових та соняшника найбільш вагомим каналом є продаж комерційним організаціям (близько 80%). За рахунок зернових також орендарі розраховуються за майнові та земельні паї.

Традиційним каналом реалізації молока до недавнього були переробні підприємства (близько 100%), проте в останній час спостерігається тенденція збуту даного виду продукції на ринку та населенню. Протягом 2005-2008 років молоко закупляли також комерційні організації з метою подальшої переробки.

Обсяги збуту продукції через біржі незначні (0,1% від загального показника), оскільки, на нашу думку,

Таблиця 5

Рівень цін за одиницю продукції в розрізі каналів реалізації, грн. за 1ц*

(сільськогосподарські підприємства Черкаської області)

Роки	Продукція	Переробні організації		Орендна плата за пай		Населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці		На ринку		Комерційним організаціям	
		питома вага каналу	ціна за 1ц, грн.	питома вага каналу	ціна за 1ц, грн.	питома вага каналу	ціна за 1ц, грн.	питома вага каналу	ціна за 1ц, грн.	питома вага каналу	ціна за 1ц, грн.
2006	зерно	7,2	50,8	9,7	47,6	1,7	42,2	2,8	47,1	78,6	53,0
	соняшник	5,8	92,6	1,7	101,9	0,3	79,2	4,4	84,7	87,8	97,2
	ріпак	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0	221,9
	цукрові буряки	83,9	16,7	-	-	-	-	-	-	16,1	17,2
	м'ясо ВРХ	59,7	599,1	0,2	560,0	3,9	447,2	4,5	451,3	31,7	492,0
	м'ясо свиней	80,5	846,2	0,3	987,6	3,4	792,6	3,4	711,9	12,4	699,7
	молоко	91,1	115,9	-	-	0,7	77,2	0,8	109,1	7,4	83,9
2008	зерно	5,4	83,4	101,1	60,6	0,7	62,7	2,8	77,9	81,0	78,4
	соняшник	2,3	108,7	1,4	128,2	0,1	109,0	3,5	133,7	92,7	129,8
	ріпак	5,4	201,0	-	-	-	-	2,3	227,3	92,3	216,6
	цукрові буряки	87,5	17,3	-	-	0,1	15,1	-	-	12,4	17,0
	м'ясо ВРХ	75,6	1132,0	0,4	814,0	2,4	697,0	3,4	708,2	18,2	775,3
	м'ясо свиней	78,0	1407,5	0,5	1260,2	2,4	985,4	5,6	1145,2	13,5	1144,0
	молоко	95,1	219,7	-	-	0,3	130,4	0,1	151,4	4,5	159,9
2009	зерно	4,8	82,4	6,1	69,6	0,4	63,6	2,3	72,6	86,4	87,2
	соняшник	10,8	178,6	0,7	171,4	0,1	135,1	2,0	175,1	86,4	189,9
	ріпак	4,4	230,4	-	-	-	-	0,5	208,4	95,1	233,3
	цукрові буряки	73,5	33,5	-	-	-	-	0,8	29,2	25,7	27,0
	м'ясо ВРХ	74,0	916,2	0,3	1048,9	1,5	800,3	3,3	742,5	20,9	931,7
	м'ясо свиней	66,7	1362,5	0,3	1600,9	1,8	1389,7	7,3	1415,1	23,9	1360,4
	молоко	94,6	191,8	-	-	0,3	144,4	0,3	173,1	4,8	174,8

* за 2007 рік відсутня відповідна статистична звітність.

даний вид торгівлі унеможливилює шахрайство з боку керівників, які за умови реалізації продукції іншими каналами привласнюють частину виручки. В подальшому підприємства повинні орієнтуватися на даний канал, оскільки він дає змогу зробити прозорими операції зі збуту продукції.

Рівень цін на продукцію коливається в залежності від каналів збуту. Найвищий їх рівень щодо зерна і соняшнику спостерігається в квітні-червні (до нового врожаю); молоко – в листопаді-березні (в даний період знижується пропозиція). Ціни на м'ясо коливаються в залежності від обсягів реалізації, насичення ринку та купівельної спроможності населення.

Проблемами на ринку сільськогосподарської продукції є відсутність власної мережі торгових закладів та нестача капіталу у товаровиробників для її розвитку. Однак це є лише ознаки, які характеризують слабку маркетингову інфраструктуру із забезпечення засобами сільськогосподарського виробництва та невідгідну реалізацію готової продукції. Умови для торгівлі необхідними ресурсами і кінцевою продукцією є важливими тому, що невідпрацьований сільськогосподарський маркетинг занижує ціни на готову продукцію, а ціни на добрива, засоби захисту рослин, енергоносії, техніку є занадто високими.

Спостерігається тенденція – чим більша площа сільськогосподарських угідь, тим більше виробляється валової продукції та одержується прибутку на 1 га ріллі та працівника (табл. 6). Аналіз ситуації відповідно до розміщення

Таблиця 6

**Вироблено валової продукції та одержано прибутку сільськогосподарськими підприємствами
Черкаської області, тис. грн.**

Групи підприємств за площею сільсько- господарських угідь, га	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2008 р. у % до 2004 р.
вироблено валової продукції на 1 га ріллі						
до 1500	1,355	1,182	1,664	1,289	2,039	150,5
1501 - 2000	1,489	1,578	2,410	1,699	2,709	181,9
2001 - 2500	1,489	1,342	2,149	1,688	2,470	165,9
2501 і більше	1,553	1,908	2,580	2,223	3,050	196,4
вироблено валової на 1 працівника						
до 1500	24,952	22,023	33,796	35,795	63,709	255,3
1501 - 2000	23,301	25,712	45,208	36,929	67,714	290,6
2001 - 2500	22,924	22,956	38,308	34,458	58,798	256,5
2501 і більше	28,963	37,836	59,618	46,316	82,443	284,6
одержано прибутку на 1 га ріллі						
до 1500	0,143	0,265	-0,009	0,278	0,348	243,3
1501 - 2000	0,142	0,161	0,189	0,253	0,177	124,8
2001 - 2500	0,226	0,048	0,214	0,176	0,569	251,9
2501 і більше	0,293	0,352	0,127	0,362	0,367	125,3
одержано прибутку на 1 працівника						
до 1500	2,472	4,902	-0,194	7,730	10,872	4,4 р.
1501 - 2000	2,222	2,632	3,559	5,494	4,430	2,0 р.
2001 - 2500	3,481	0,816	3,828	3,592	13,555	3,9 р.
2501 і більше	5,464	7,085	2,935	7,537	9,922	1,8 р.

господарств по території області вказує, що рівень досліджуваного показника збільшується в напрямку із заходу на схід. Найкращий результат мають господарства Золотоніського, Черкаського районів, найгірший – Уманського, Монастирищенського. Підприємства, що крупніші за своїми розмірами, отримують більше прибутку як на 1 га ріллі, так і одного працівника, а рівень рентабельності повністю забезпечує самофінансування. Вони мають можливість застосовувати у своїй діяльності інтенсивні технології на інноваційній основі, затрачаючи для цього достатню кількість матеріальних ресурсів (добрив, засобів захисту рослин, нової техніки, продуктивних сортів і гібридів рослин та порід тварин), які значно підвищують продуктивність ріллі та худоби. Цього, на жаль, не можуть зробити господарства менші за розмірами. Зношеність технічних засобів, обмеженість у коштах змушує їх застосовувати застарілі технології, більше витрачати коштів на 100 грн. валової продукції, отримуючи від її реалізації збитки. Це створює безвихідну ситуацію щодо подальшого розвитку і веде до банкрутства цих підприємств, поглинання їх більш економічно міцними. Отже, великоземельні підприємства є більш конкурентоспроможними та

життєздатними.

Поява ознак конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності в АПК як комплексу заходів щодо узгодження виробничо-збутової діяльності згідно з вимогами ринку. Потреба в здійсненні такої діяльності постійно зростає, оскільки існує необхідність у дослідженні ринку, прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізу маркетингової діяльності підприємств та прийняття стратегічних рішень для забезпечення їх конкурентоспроможності. Аналіз діяльності аграрних формувань дає підстави для висновку, що маркетингові функції в господарствах виконуються здебільшого керівниками, які є фактичними їхніми власниками. При прийнятті рішень останні орієнтуються переважно на власний досвід та обмежений обсяг інформації, що надходить з різних джерел і не має регулярного характеру. Відповідно це призводить до спотвореного сприйняття ситуації на ринку та прийняття не виважених управлінських рішень.

Умовою ефективної маркетингової діяльності є визначення рівноваги між маркетинговими цілями й маркетинговими можливостями та ресурсами агрофірм, тобто ефективне маркетингове планування. В основу його слід покласти органічне поєднання виробництва, задоволення потреб споживачів і розвиток підприємства. Оптимізація планування маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах забезпечить підвищення обсягів реалізації продукції та збільшить прибутки підприємства, а це у свою чергу дає змогу підприємству збільшити витрати на маркетинг, а в результаті, за умови його ефективного використання, підвищити прибутки підприємства загалом.

Кожному підприємству варто сформувати власну базу даних, під якою слід розуміти систему, спеціальним чином структурованих даних, що відносяться до конкретної області та комплексу програмного забезпечення. База даних, що формується в господарстві, обов'язково повинна включати таку інформацію як статистичну й аналітичну оцінку кон'юнктури ринку, аналіз показників реалізації, короткострокове та довгострокове прогнозування збуту, найважливіші показники виробничо-фінансової діяльності самого підприємства і його конкурентів, агрокліматична статистика, інформація з питань науково-технічного прогресу відповідно до господарської спеціалізації.

Для забезпечення конкурентоспроможності особливо важливим є спостереження за новітніми досягненнями та розробками в агротехніці виробництва продукції (ефективні технології, сорти, сільськогосподарська техніка, добрива, засоби захисту рослин тощо) та в суміжних галузях. Разом з іншими спеціалістами маркетингологи повинні оцінювати необхідність їх придбання, ефективність застосування та розробляти заходи щодо можливого вдосконалення існуючого виробничого арсеналу.

Для підвищення ефективності господарської діяльності в цілому та маркетингової загалом, доцільно раціонально здійснювати управління нею, при цьому визначивши найефективніші методи такого управління й найпридатнішу для підприємства модель організації служби маркетингу. З метою отримання невеликим за розміром підприємством інформації про ситуацію на ринку, рівень цін, а також проведення стимулювання збуту їм доцільно ввійти до складу засновників маркетингового кооперативу, який би займався даними видами діяльності, оскільки самостійне проведення даних дій потягне за собою значні витрати. Такий кооператив, на нашу думку, повинен мати в своєму складі наступні підрозділи: відділ стимулювання збуту, відділ дослідження ринку, відділ технічного забезпечення. Він також повинен бути забезпечений телефонним зв'язком та мати доступ до інформаційних баз даних системи Інтернет. Його діяльність здійснюється на основі внесків підприємств-засновників. Кооператив може надавати послуги стороннім господарствам. Прибуток розподіляється між засновниками пропорційно їхній дольовій участі в статутному капіталі та вартості наданих послуг.

З метою підвищення конкурентоспроможності виробництва в АПК необхідно запровадити механізм державної підтримки аграрного виробництва за рахунок використання пільгового оподаткування, цінового регулювання паритетного розвитку, пільгового кредитування, дотування виробництва, стимулювання інновацій тощо. Необхідно використовувати прямі дотації сільському господарству через механізм цін відтворення, який охоплює всі вартісні складові відтворювального процесу, за рахунок яких сільськогосподарські виробники можуть здійснювати нормальне відтворення, з темпами оновлення й розвитку, не нижчими від прогнозних.

Отже, конкурентоспроможність підприємств залежить від ефективної діяльності усіх суб'єктів маркетингового ланцюга, тому удосконалення їх маркетингової діяльності повинно носити системний характер. У цьому аспекті від сільськогосподарського підприємства, як суб'єкта руху товару, залежить формування вартісних

переваг продукції та їх підсилення за рахунок вибору ефективного каналу збуту для отримання найвищої ринкової ціни. Основними об'єктами маркетингової діяльності є обмін із постачальниками ресурсів та покупцями продукції, а завданням в аспекті забезпечення конкурентоспроможності – управління виробництвом-збутом відповідно до вимог ринку.

Література

1. Буцик А.Г. Підвищення конкурентоспроможності виробництва в АПК : автореф. дис. ... кандидата екон. наук: 08.07.02 / Буцик Алла Генадіївна. – Тернопіль, 2004. – 20 с.
2. Гетьман О. О. Підвищення ефективності функціонування підприємств на засадах запровадження маркетингового механізму управління їх діяльністю: автореф. дис. ... кандидата екон. наук: 08.06.01 / Гетьман Оксана Олександрівна. – Дніпропетровськ, 2003. – 21 с.
3. Гоголя О.П. Становлення маркетингу у ринковій трансформації сільського господарства / О.П. Гоголя // Економіка АПК. – 2008. – №5. – С.110-114.
4. Канінський М.П. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на основі маркетингу / М.П. Канінський // Економіка АПК. – 2009. – № 3. – С. 141–144.
5. Коденська М.Ю. Маркетингова орієнтація аграрно-промислових підприємств / М.Ю. Коденська, В.О. Кисельов // Економіка АПК, –2005. – №4. – С. 59–62.
6. Макаренко П.М. Збутові стратегії підвищення ефективності розвитку фермерських господарств регіону / В.А. Шведюк, П.М. Макаренко // Агросвіт. – К., 2009. – Вип. 2. – С. 16–18.
7. Сахацький М. П. Аграрний маркетинг як складова соціально-економічного розвитку сільських територій / Сахацький М. П. // Економіка АПК. – 2005. – №11. – С. 90-93.