

Л.І. МИХАЙЛОВА, доктор економічних наук, професор
М.О. ЛИШЕНКО, доктор економічних наук, доцент
Т.В. УСТІК, кандидат економічних наук

Механізми управління маркетингом та збутом продукції сільськогосподарських підприємств на ринку зерна

Мета статті - дослідити механізми управління маркетингом та збутом у сільськогосподарських підприємствах-виробниках зерна на цільових ринках його збуту.

Методика дослідження. Використано методи: системного аналізу - при визначенні тенденції розвитку ринку зерна; монографічний - для поглибленого дослідження поставлених завдань, кореляційно-регресійного аналізу - для визначення впливу чинників на величину транзакційних витрат і виявлення взаємозв'язків та взаємозалежностей, порівняльного аналізу - для дослідження цінових коливань на ринку зерна, розрахункові та абстрактно-логічні - для теоретичного узагальнення результатів дослідження і формулювання висновків та пропозицій.

Результати дослідження. Визначено організаційні аспекти збутової діяльності підприємств-виробників зерна, особливості ціноутворення сільськогосподарських підприємств на ринку зерна, обґрунтовано механізми управління ефективністю збутової діяльності сільськогосподарських підприємств на ринку зерна.

Елементи наукової новизни. З метою поліпшення механізмів управління маркетингом та збутом продукції сільськогосподарських підприємств на ринку зерна удосконалено процедури врахування сезонних цінових коливань та середньострокових тенденцій при встановленні реалізаційних цін на зерно сільськогосподарськими підприємствами на основі застосування прогностичного інструментарію підтримки прийняття управлінських рішень у сфері збуту продукції.

Практична значущість. Окремі наукові розробки стосовно обґрунтування механізмів ціноутворення в сільськогосподарських підприємствах та визначення ефективності збутової діяльності підприємств у контексті реалізації політики збуту зернової продукції сприятимуть ефективному функціонуванню сільськогосподарських підприємств на ринку зерна. Табл.: 1. Рис.: 4. Бібліогр.: 15.

Ключові слова: механізми; ринок зерна; сільськогосподарські підприємства; збут; маркетинг; ціни.

Михайлова Любов Іванівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160)

E-mail: lmikhaylova@yahoo.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-2628-5094>

Лищенко Маргарита Олександрівна - доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160)

E-mail: lm_1980@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6321-5178>

Устік Тетяна Володимирівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики, аналізу господарської діяльності та маркетингу, Сумський національний аграрний університет (м. Суми, вул. Герасима Кондратьєва, 160)

E-mail: tanya_ustik@ukr.net

Постановка проблеми. Виробництво та реалізація зерна традиційно залишається основним напрямом спеціалізації вітчизняних сільськогосподарських підприємств, джерелом утворення більш ніж значної частки їх доходів, формування та реалізації експортного потенціалу аграрного сектору національної економіки, вирішення низки

проблемних питань дотримання продовольчої безпеки та забезпечення стабільного розвитку суб'єктів сфери виробництва різної галузевої належності та спрямованості. У свою чергу внутрішній ринок зерна, як середовище функціонування сільськогосподарських підприємств, характеризується наявністю сформованих каналів ринкового розподілу продукції та складною побудовою конкурентних структур, що суттєво впливає

© Л.І. Михайлова, М.О. Лищенко, Т.В. Устік, 2018

на процеси повноцінної реалізації економічних інтересів товаровиробників, здійснення розширеного відтворення. Зважаючи на те, що окреме сільськогосподарське підприємство, чи навіть їх об'єднання, не може суттєво вплинути на стан ринкової кон'юнктури, структуру сформованих каналів ринкового розподілу продукції та сутнісні характеристики конкурентної ситуації для підвищення рівня економічної ефективності своєї основної діяльності, визначального значення набувають механізми, інструментарій та організаційно-управлінські процедури прийняття та реалізації рішень щодо раціоналізації поведінки підприємства на цільових ринках збуту продукції, ідентифікації товарної та цінової політики, вдосконалення управління маркетингово-збутовою діяльністю тощо. При цьому саме підвищення економічної ефективності основної діяльності сільськогосподарських підприємств залишається центральною проблемою, яка, власне, продукує складну, багатогранну та багаторівневу проблему формування і результативне застосування механізмів ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку зерна.

Окреслені виклики та особливості діяльності товаровиробників зумовлюють об'єктивну необхідність теоретичного, методологічного, методичного та прикладного обґрунтування засад, основних принципів і підходів щодо побудови механізмів ефективною діяльності сільськогосподарських підприємств на ринку зерна у виробничій, комерційній та маркетинговій площинах. Останнє, у свою чергу, визначає актуальність і цільову спрямованість проведеного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні теоретичні питання побудови та функціонування механізмів управління маркетингом і збутом продукції та ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств розглядалися В. Г. Андрійчуком [1], А. О. Гуторовим [2], Р.В. Данильченко [3], В. С. Дієсперовим [4], О.С. Колесовим [5], В.А. Колодійчуком [7], О. М. Шпичаком [12] та іншими вченими.

Мета статті - дослідити механізми управління маркетингом та збутом у сільськогосподарських підприємствах-виробниках зерна на цільових ринках його збуту.

Виклад основних результатів дослідження. Вивчення теоретичного базису проблеми ефективного функціонування підпри-

ємств-товаровиробників на ринку зерна потребувало уточнення, удосконалення та розвитку складових понятійно-категоріального апарату досліджень організаційно-економічних засад функціонування ринку зерна та його суб'єктів, передусім сільськогосподарських підприємств-товаровиробників.

Визначено, що ринок зерна необхідно розглядати як складну систему обмінних, товарно-грошових та інституційних відносин, яка передбачає формування раціональних виробничо-господарських зв'язків між його суб'єктами та забезпечує отримання прибутку учасниками обмінних процесів. При цьому саме отримання прибутку підприємствами-товаровиробниками є основною метою та критерієм їх ефективного функціонування на цільовому ринку збуту зерна, якому притаманні визначені просторові, функціональні та конкурентні характеристики. У свою чергу, функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку зерна виділяється наявністю певних організаційно-економічних умов, які безпосередньо та суттєво впливають на поведінку підприємств і визначають можливості отримання відповідних ефектів та підвищення рівнів економічної ефективності.

Другою ключовою категорією проведеного дослідження слід вказати, власне, «ефективність». Як засвідчує аналіз літературних джерел, немає одностайного погляду на те, що саме вважати ефектом або результатом діяльності, якими показниками можна його оцінити. Вивчення ключових наукових позицій дослідників з цього питання дозволило визначити ефективність виробництва як комплексне поняття, яке відображає результативність, дієвість витрат, вкладених у певний вид діяльності, порівняно з отриманими результатами. З одного боку, ефективним можна вважати таке виробництво, яке забезпечує оптимальне поєднання і використання економічного потенціалу, матеріально-речових, фінансових факторів та дозволяє отримати максимальний натурально-виробничий і фінансовий результати. З іншого - ефективність виробництва можлива при застосуванні принципу мінімізації в досягненні найвищих кінцевих результатів при найменших витратах ресурсів.

Ефективність функціонування підприємств-виробників на ринку зерна залежить від якісної сировинної бази, стану виробництва, ринкової інфраструктури, платоспро-

можності покупців. Це свідчить про важливість стабільного розвитку їх виробництва і збуту, ефективного функціонування переробних підприємств, підвищення конкурентоспроможності. Формування організаційно-економічних умов, які забезпечують ефективне функціонування виробників зерна на ринку, це тривалий і складний процес, що відображає галузеві, регіональні та інституціональні особливості економічних відносин, які відбуваються між підприємствами-учасниками ринку.

Встановлено, що важливим напрямом подальшого розвитку матеріально-технічної бази зернового виробництва є будівництво елеваторно-складських ємностей, а також швидкокомтованих силосних та бункерних металевих сховищ, що забезпечують високий ступінь механізації і автоматизації виробничих процесів. Зберігання зерна виробниками у власних і орендованих сховищах дозволить протягом року підтримувати певний рівень пропозиції такого і не допускати монополізації його запасів посередницькими фірмами, ліквідації перепон на шляху руху товарних потоків зерна на території України. Це дасть можливість виробникам зерна і торговельним посередникам у різних регіонах України конкурувати при продажу і купівлі зерна на оптових ринках і біржах. Наявність необхід-

них об'ємів ємностей елеваторів, хлібоприймальних пунктів і реалізаційних баз також дозволить створювати страхові, резервні та інші види запасів зерна і зернопродуктів.

Суттєва роль має відводитися організації транспортування зерна та зернопродуктів до місця призначення залізничним, автомобільним та водним транспортом. Адже сільськогосподарські підприємства стикаються з відносно високими тарифами на транспортування. Розвиток інфраструктури ринку зерна залежить також від виробничо-технічного обслуговування сільськогосподарських підприємств. Невисокий рівень розвитку виробничої інфраструктури зернового ринку України, а саме - низька якість наявних потужностей для зберігання зерна в країні, високі тарифи на послуги елеваторів і хлібоприймальних пунктів за відсутності сучасних зерносховищ у більшості сільськогосподарських товаровиробників, змушують останніх продавати зерно за відносно низькими цінами. Ускладнюють становище висока собівартість залізничних перевезень зернових, дефіцит вагонів-хоперів, нерозвиненість інфраструктури портів для швидкого експорту надлишків зерна у високоврожайні роки. За результатами вивчення інфраструктури ринку зерна її деталізована схема визначена у такий спосіб (рис. 1).

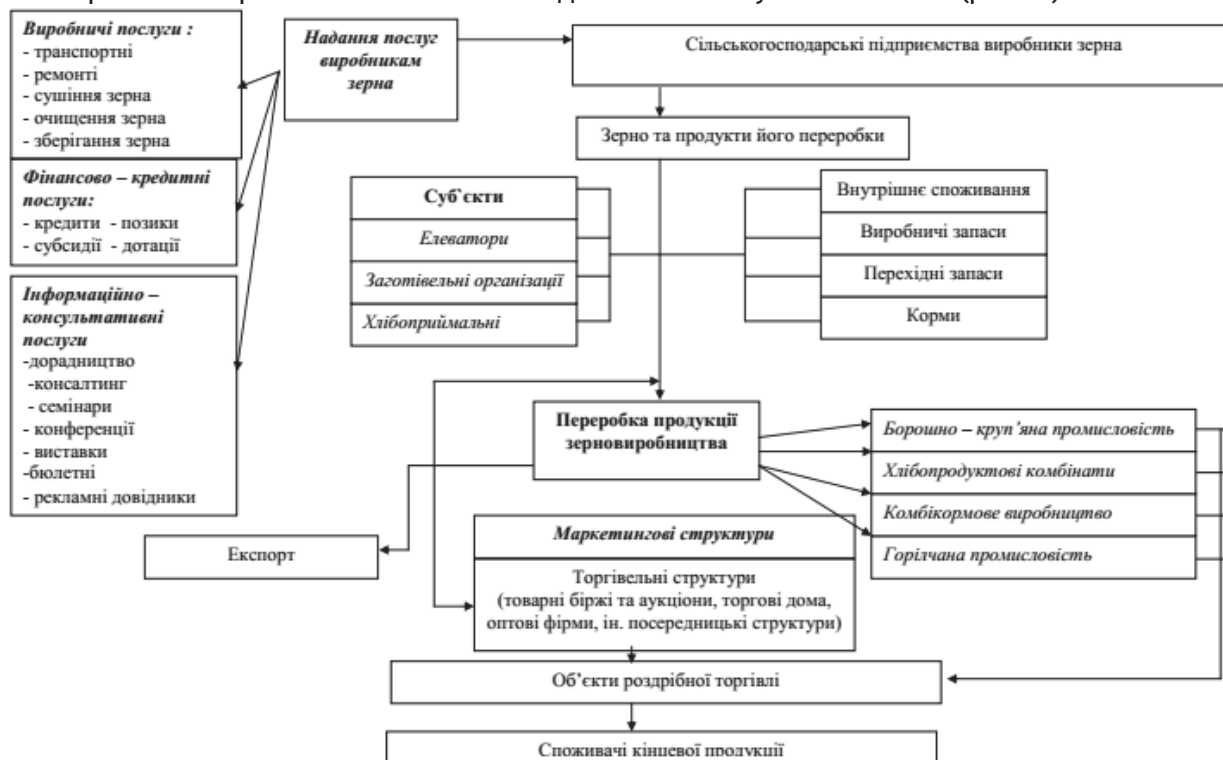


Рис. 1. Схема інфраструктури внутрішнього ринку зерна та ідентифікація місця сільськогосподарських підприємств у її структурі

Джерело: [3].

Складність конкурентних структур цільових ринків збуту зерна сільськогосподарськими підприємствами визначається побудо-вою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Як показали дослідження, на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність, конкурентну структуру більшості цільових ринків зернової продукції сільськогосподарських підприємств можна представити як ринки олігопсонії або, в деяких випадках, монопсонії. На більш високих рівнях маркетингової інфраструктури ринку конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, наближаються до моделі досконалої конкуренції. Вказане обумовлене суттєвою диференційованістю концентрації та ефективності функціонування капіталу сільськогосподарських підприємств та підприємств сфери оптової торгівлі зерном, а отже, рівнем їх ринкової влади.

Незважаючи на суттєвий вплив факторів формування кон'юнктурних характеристик ринку, політики державного регулювання доходів аграрних товаровиробників та виробничих факторів на ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств-виробників зерна, остання залежить і від якості реалізації процедур управління їх виробни-

чо-комерційною діяльністю. Об'єктивною обставиною, що пояснює цей процес, є складна система ринкових відносин, що являє собою середовище взаємодії учасників ринку, від поведінки яких суттєво залежить успішність їх діяльності. Як суб'єктивну обставину слід вказати дію ситуативної складової формування кон'юнктури, що також частково виступає як наслідок реалізації маркетингової політики окремих учасників ринку.

Ціноутворення в сільському господарстві - це складна проблема, зумовлена особливостями галузі щодо періоду виробництва, середовища відтворення благ і ресурсів, задіяних у даному процесі. Наявність обґрунтованої системи ціноутворення є умовою продовольчої безпеки, адже ціновий механізм вважається головним у регулюванні відносин між виробниками, заготівельниками, переробними підприємствами, торгівлею і державою, а також слугує стабілізуючим чинником розвитку сільськогосподарського виробництва. Як показали дослідження, ціна реалізації та обсяг реалізації обернено пропорційно залежать один від одного. Тобто при збільшенні обсягу реалізації спостерігається зниження ціни через насиченість ринку продукцією. Крім того, вони знаходяться під впливом дії сезонних факторів в окремі роки (рис. 2).

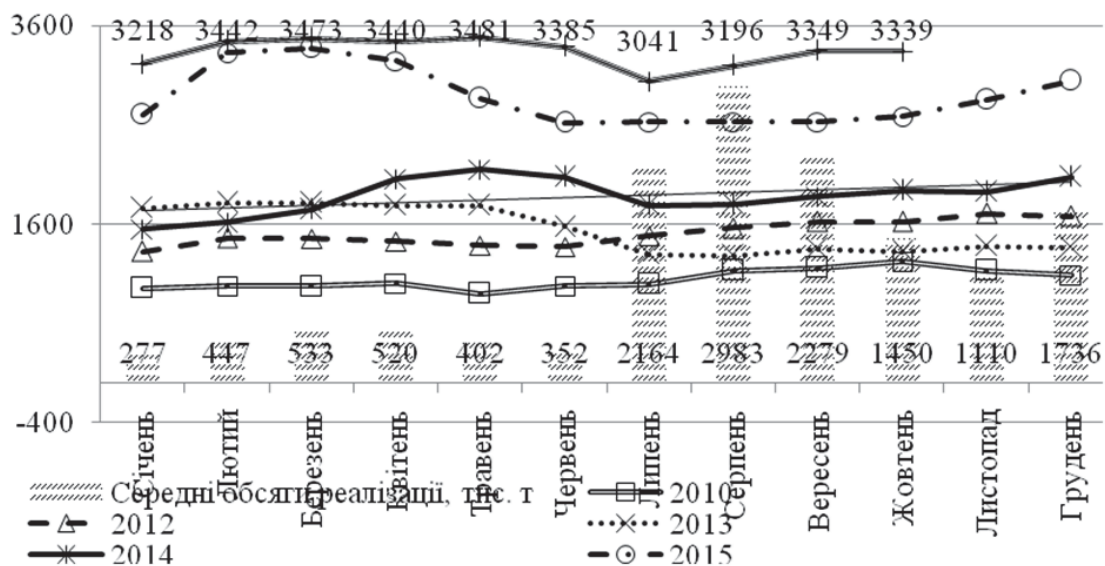


Рис. 2. Сезонні коливання цін та обсягів реалізації зерна пшениці сільськогосподарськими підприємствами в Україні, 2010-2016 рр.

Джерело: [8].

Однією з проблем нестабільної прибутковості підприємств-виробників є цінова ситуація на ринку зерна, яка у свою чергу харак-

теризується різнонаправленою зміною ціни реалізації. Проведений аналіз цін на продукцію основних видів зернових та зернобобо-

вих культур дає підстави стверджувати, що наявний факт постійної нестабільності цін. Крім того, 90% зерна реалізується в липні-грудні і лише 10% - у січні-червні. Відповідно концентрація пропозиції в другому півріччі призводить до значного спаду цін у цей період. За одержаними результатами, вплив ринку на ефективність виробництва здійснюється через обсяги реалізації та ціну. При обсягах реалізації продукції, що перевищують попит, ціни на ринку встановлюються найнижчі, або мають тенденцію до зниження. Мінімальна пропозиція характеризується найвищими цінами на зерно і практично стабільним попитом протягом року.

У дослідженні розвинуто процедури прийняття рішень щодо встановлення реалізаційних цін на зерно, в основі застосування яких знаходиться використання прогностичного інструментарію. Здійснена систематизація та розвиток останнього ґрунтується на системному застосуванні регресійних моделей для визначення очікуваних рівнів цін цільового ринку збуту. При цьому перспективи підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників зерна на внутрішньому ринку оцінюються як позитивні. Критичним для здійснення процесу підвищення економічної ефективності виробництва та реалізації зерна, а також ство-

рення стійких конкурентних переваг є управління транзакційними витратами, передусім непродуктивною їх складовою. Виконане за допомогою побудови кореляційних моделей встановлення зв'язку між виділеними факторами та рівнем транзакційних витрат дозволило визначити, що рівень транзакційних витрат на 95% пов'язаний зі зміною обсягів реалізації та на 99% - зі зміною собівартості реалізованої продукції і лише на 3,6% він пов'язаний зі зміною якості готової продукції та на 3,2% - зі зміною коефіцієнта фінансової стабільності (табл.).

Транзакційні витрати виникають у зв'язку з недосконалістю ринкового механізму. Підвищення ефективності управління транзакційними витратами на сільськогосподарських підприємствах полягає в імплементації таких інструментів: оптимізації обсягу реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції, підвищення ефективності нематеріальних активів, зниження концентрації позикового капіталу, підвищення фінансової незалежності сільськогосподарських підприємств від зовнішніх ризиків. Будь-яка логістична функція є джерелом витрат, які спричиняють видозміну матеріального потоку, що набуває форму готової продукції у процесі проходження логістичними ланцюгами.

Встановлення взаємозв'язку внутрішніх факторів і транзакційних витрат

Групи факторів за тіснотою зв'язку	Фактори	Коефіцієнт	
		кореляції (r)	детермінації (R ²)
Зв'язок дуже сильний	Обсяг реалізації	0,962	0,951
	Собівартість реалізованої продукції	0,995	0,991
Зв'язок помірний	Рівень використання нематеріальних ресурсів	0,412	0,236
	Коефіцієнт фінансової незалежності	0,586	0,536
	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	-0,586	0,456
Зв'язок слабкий	Продуктивність праці	0,126	0,089
	Рівень якості готової продукції	0,155	0,036
	Коефіцієнт фінансової стабільності	-0,125	0,032

Джерело: [8]; власні розрахунки.

Виконані дослідження дозволили ідентифікувати елементну структуру, архітектуру та архітектоніку організаційно-економічного механізму ефективного функціонування сільськогосподарського підприємства на ринку зерна (рис. 3). Указаний механізм являє собою впорядковану сукупність суб'єктів, об'єктів, зв'язків, засобів, інструментів та важелів впливу компонент і факторів зовніш-

нього й внутрішнього середовища на формування ефектів від виробництва та реалізації продукції.

Окремого розгляду потребує механізм управління ефективністю та забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарського підприємства на цільовому ринку зерна (рис. 4).

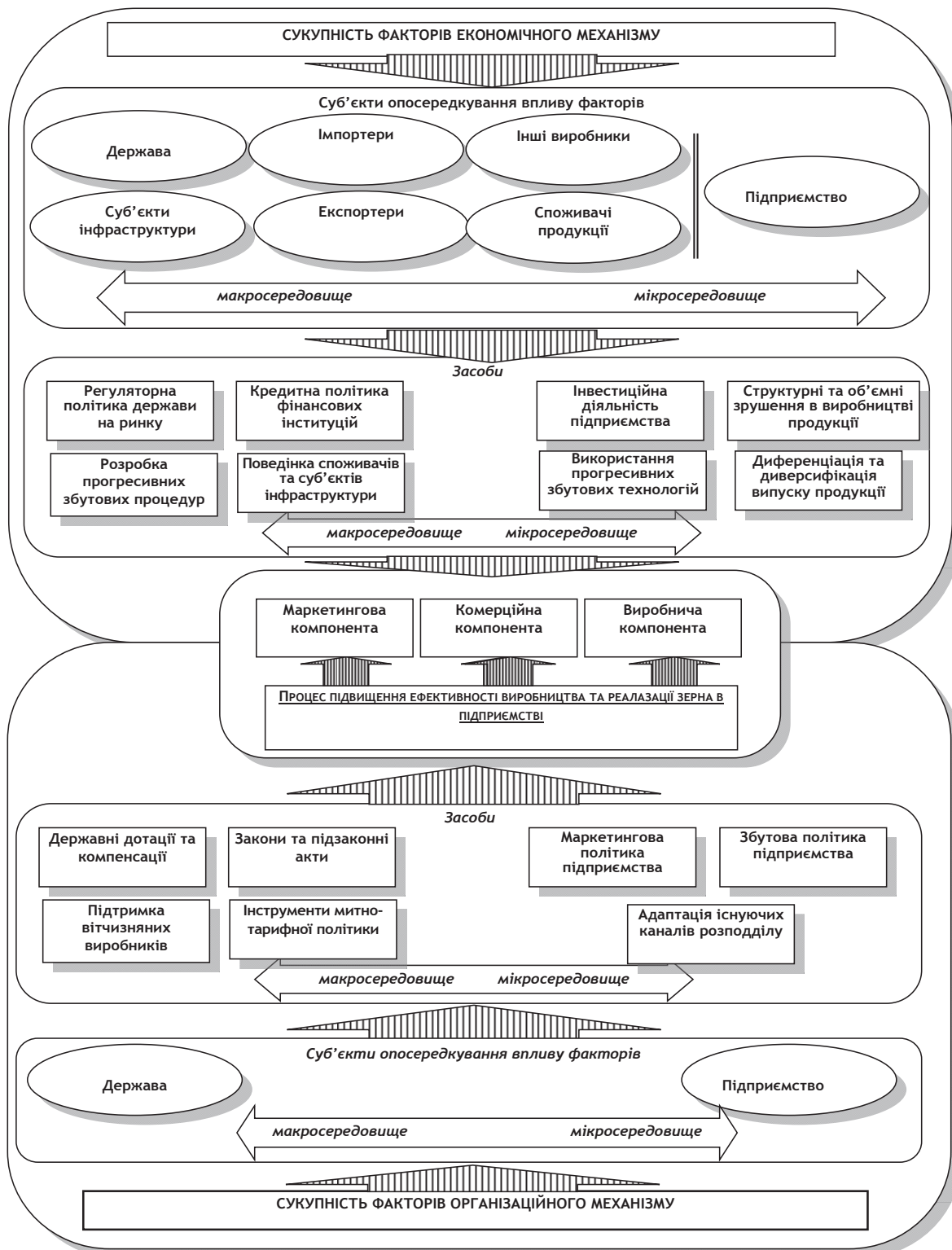


Рис. 3. Організаційно-економічний механізм ефективного функціонування сільськогосподарського підприємства на ринку зерна

Джерело: [7, 8].

Окремого розгляду потребує механізм управління ефективністю та забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарського підприємства на цільовому ринку зерна (рис. 4).

Під останнім розуміють систему інструментів, важелів та засобів впливу керуючої

системи, як суб'єкта управління на його об'єкт, за який виступає процес формування ефектів від здійснення діяльності. Розмежування вказаних механізмів здійснюється на критерії суб'єктності процесу формування економічних ефектів та процесу управління ефективністю.

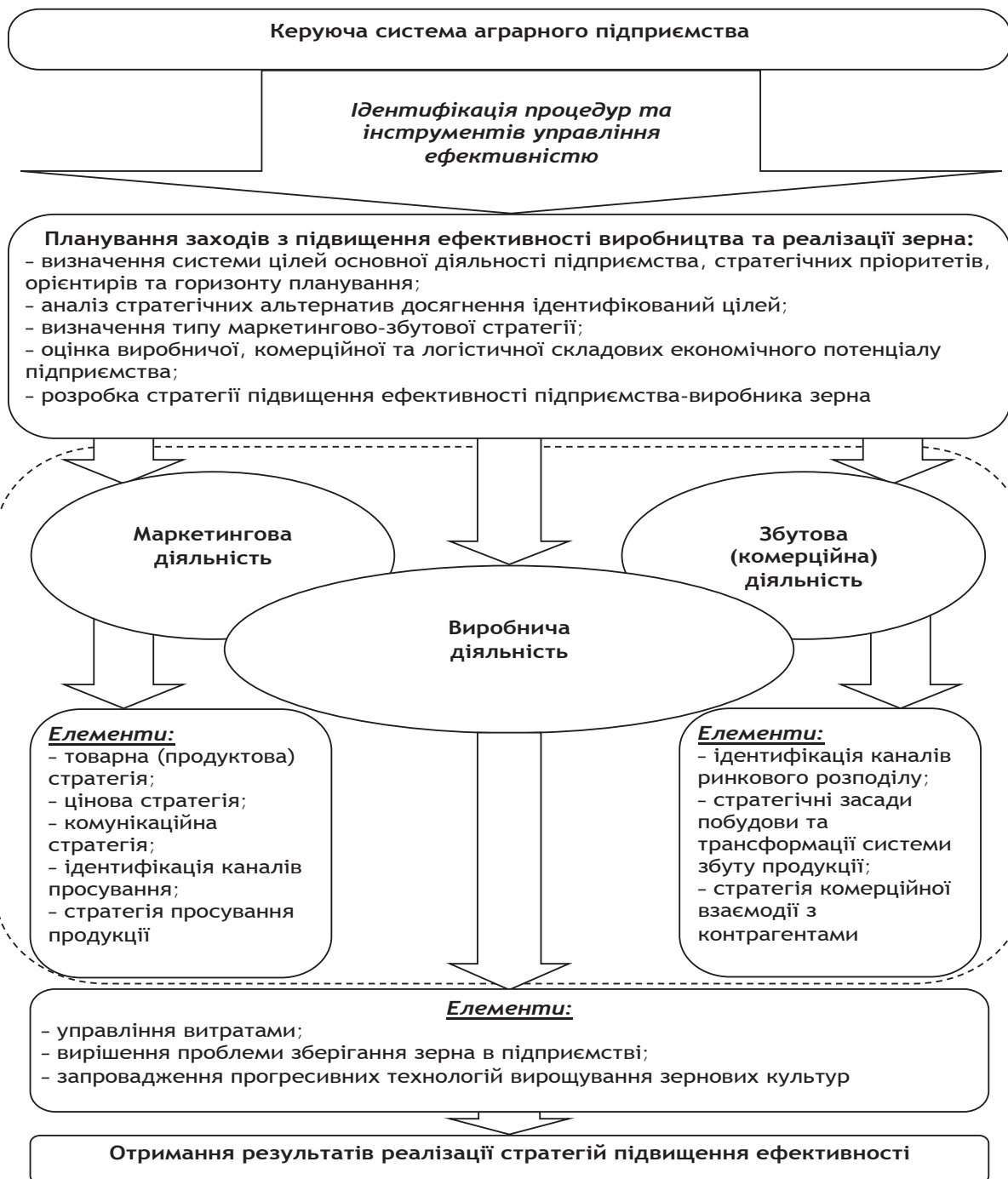


Рис. 4. Механізм управління ефективністю функціонування сільськогосподарського підприємства-виробника зерна

Джерело: [7, 8].

Ідентифікація параметрів утворення синергичних ефектів при одночасному й системному застосуванні заходів, орієнтованих на підвищення ефективності у виробничій, маркетинговій і комерційній діяльності сільськогосподарських підприємств-виробників зерна дозволила формалізувати алгоритми та інструментарій стратегічного управління функціонуванням аграрних підприємств.

До пріоритетних інструментів стратегічного управління ефективністю в даному контексті слід відносити: застосування прогресивних технологій вирощування зернових культур, орієнтованих на зниження питомих виробничих витрат за рахунок підвищення урожайності; активізацію комунікаційної взаємодії з іншими суб'єктами цільового ринку, сегментування цільових ринків збуту різних видів продукції і раціоналізацію ринкового позиціонування підприємств та їх

продукції, а також зміну позиції підприємства у структурі освоєних каналів ринкового розподілу продукції з метою максимізації цін реалізації. Вказаний інструментарій знаходить своє застосування в генеруванні та реалізації відповідних деталізованих стратегій управління ефективністю.

Висновки. Вивчення особливостей управління збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств дозволило визначити виключне значення інформаційної підтримки процесу прийняття управлінських рішень, особливо тактичних та оперативних. Відповідно, в дослідженні розвинуто процедури прийняття рішень щодо встановлення реалізаційних цін на зерно, в основі застосування яких знаходиться прогностичний

інструментарій. Здійснена систематизація та розвиток останнього ґрунтується на системному застосуванні регресійних моделей для визначення очікуваних рівнів цін цільового ринку збуту. Обґрунтована концепція поєднання організаційно-економічного механізму ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку зерна з механізмом управління ринковою поведінкою підприємства-виробника зерна. При цьому на основі встановлення параметрів реагування процесу формування ефектів від введення виробничо-комерційної діяльності на ринку зерна ідентифіковані послідовності здійснення маркетингових, комерційних та виробничих зрушень.

Список бібліографічних посилань

1. Андрийчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ : КНЕУ, 2015. 783 с.
2. Гуроров А.О. Вертикально інтегровані структури у сільському господарстві: економічні засади формування та розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2011. № 1. С. 120-130.
3. Данильченко Р. В. Формування організаційно-економічного механізму зернового ринку. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2014. Вип. 3(79). Т.1. С. 126-138.
4. Дієсперов В. С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві : монографія. Київ : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2008. 340 с.
5. Ємність внутрішнього споживчого ринку сільськогосподарської продукції та продовольства : монографія / Шпичак О. М., Лупенко Ю. О., Жук В. М. та ін. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2013. 186 с.
6. Колесов О. С. Маркетингові дослідження та аналіз ринків зернопродукції регіону : монографія. Київ : Задруга, 2002. 150 с.
7. Колодійчук В.А. Галузеве позиціонування зернопродуктового підкомплексу АПК України. *Економічний часопис XXI*. 2014. № 9-10(1). С. 45-49.
8. Лишенко М. О. Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку зерна: наукові основи, стан, перспективи : монографія. Буринь : ПП «Буринська районна друкарня», 2018. 324 с.
9. Макаренко Н. О. Концепція формування механізму сталого розвитку сільськогосподарського виробництва. *Вісник СНАУ. Серія: Фінанси і кредит*. 2012. № 2 (33). С. 209-214.
10. Нікішина О. В. Стратегічні орієнтири розвитку зернового ринку України. *Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти*. Дніпропетровськ, 2011. Т. 2. С. 17-19.
11. Савицький О. В. Сучасний стан та проблеми розвитку світового ринку зернових культур. *Європейські перспективи*. 2013. Вип. 1. С. 193-198.
12. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року; за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2012. 182 с.
13. Farrell M.J. The Measurement of Productive Efficiency. *Journal of the Royal Statistical Society*. 1957. № 120 (1). Pp. 253-281.
14. Koopmans T.C. Activity analysis of production and allocation. New York : Wiley, 1951. 404 p.
15. Pilarczyk B, Nesterowcz R. Marketing ekologiczny chproduktów żywnościowych. Warszawa : WydawnictwoOficyna a Wolters Kluwer business, 2010. 260 p.
16. Pilarski S., Grzybowska M., Brzeziński M. Rynekżywności ekologicznej. Seria : Monografieirozprawy. – Łomża : WydawnictwoWyższejSkolyAgrobiznecuw Łomży, 2003. 199 p.

References

1. Andriychuk, V.H. (2015). *Ekonomika pidpryyemstv agropromyslovogokompleksu: pidruchnyk [Economics of enterprises of the agro-industrial complex: textbook]*. Kyiv: KNEU [In Ukrainian].
2. Hutorov, A.O. (2011). Vertykalnointehrovani struktury u silskomu hospodarstvi: ekonomichni zasady formuvannia ta rozvytku [Vertically integrated structures in agriculture: economic principles of formation and development]. *Economics and Forecasting*, 1, pp. 120-130 [In Ukrainian].
3. Danilchenko, R.V. (2014). Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu zernovoho rynku [Formation of the organizational and economic mechanism of the grain market]. *Bulletin of the Agrarian Science of the Black Sea Region*, 3 (79), Vol. 1, pp. 126-138 [In Ukrainian].
4. Diesperov, V.S. (2008). *Efektivnist vyrobnytstva u silskohospodarskomu pidpryyemstvi: monohrafiia. [Efficiency of production in an agricultural enterprise: monograph]*. Kyiv: NTTs "Institute of Agrarian Economics" [In Ukrainian].
5. Shpychak, O.M., Lupenko, Yu.O., Zhuk, V.M., et al. (2013). *Yemnist vnutrishnohospozhyvchoho rynku silskohospodarskoi produktsii ta prodovolstva: monohrafiia [Capacity of the internal consumer market of agricultural products and food: monograph]*. Kyiv: NSTs "IAE" [In Ukrainian].
6. Kolesov, O.S. (2002). *Marketynhovi doslidzhennia ta analiz rynkiv zernoproduktsii rehionu: monohrafiia [Market research and analysis of grain markets of the region: a monograph]*. Kyiv: Aladdin [In Ukrainian].
7. Kolodichyuk, V.A. (2014). Haluzeve pozytsionuvannia zernoproduktovoho pidkompleksu APK Ukrainy [Sectoral positioning of grain product subcomplex of agro-industrial complex of Ukraine]. *Economic magazine XXI*, 9 - 10 (1), pp. 45-49 [In Ukrainian].
8. Lyshenko, M.O. (2018). *Efektivnist funktsionuvannia silskohospodarskykh pidpryyemstv na rynku zerna: naukovi osnovy, stan, perspektyvy: monohrafiia [Efficiency of functioning of agricultural enterprises in the grain market: scientific fundamentals, state, prospects: monograph]*. Burin: PE "Burinsky District Printing House" [In Ukrainian].
9. Makarenko, N.O. (2012). Kontsepsiia formuvannia mekhanizmu staloho rozvytku silskohospodarskoho vyrobnytstva [Concept of formation of the mechanism of sustainable development of agricultural production]. *SNAU Bulletin. Series: Finance and Credit*, 2 (33), pp. 209-214 [In Ukrainian].
10. Nikoshina, O.V. (2011). *Stratehichni oriientyry rozvytku zernovoho rynku Ukrainy. Yakist ekonomichnoho rozvytku: hlobalni ta lokalni aspekty [Strategic guidelines for the development of the grain market of Ukraine: quality of economic development]: Global and Local Aspects*, 2, pp. 17-19 [In Ukrainian].

11. Savitsky, O.V. (2013). Suchasnyi stan ta problemy rozvytku svitovoho rynku zernovykh kultur [Current state and problems of development of the world grain crop market]. *European perspectives*, 1, pp.193-198 [In Ukrainian].
12. Lupenko, Yu.O. & Messel-Veselyak, V.Ya. (Eds.) (2012). *Stratehichni napriamy rozvytku silskoho hospodarstva Ukrainy na period do 2020 roku* [Strategic directions of agricultural development of Ukraine for the period until 2020]. Kyiv: NNTS "IAE" [In Ukrainian].
13. Farrell, M.J. (1957). The measurement of productive efficiency. *Journal of the Royal Statistical Society*, 120 (1), pp. 253-281 [In English].
14. Koopmans, T.C. (1951). *Activity analysis of production and allocation*. New York: Wiley [In English].
15. Pilarczyk, B. & Nesterowcz, R. (2010). *Marketing ekologicznych produktów żywnościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Woters Kluwerbusiness [In Polish].
16. Pilarski, S., Grzybowska, M., & Brzeziński, M. (2003). *Rynek żywności ekologicznej. Seria: Monografie irozprawy*. Łomża: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Agrobiznesu Łomży [In Polish].

Mikhailova L.I., Lyshenko M.O., Ustik T.V. Management mechanisms for marketing in agricultural enterprises in the grain market

The purpose of the article is to study the management mechanisms for marketing in agricultural enterprises engaged in the production of grain at the target sales markets.

Research methods. In the research process the following methods have been used: system analysis for determining trends in development of the grain market; monographic methods for in-depth study of tasks; methods of correlation and regression analysis for determining influence factors on the magnitude of transaction costs and for identifying relationships and interdependencies; comparative analysis for study price fluctuations in the grain market; calculation and abstract and logical methods for theoretical synthesis of the research results and formulation of conclusions and proposals.

Research results. Organizational aspects of sales activities of enterprises engaged in grain production, and pricing peculiarities of agricultural enterprises in the grain market have been determined. Management mechanisms for sales activities' efficiency in agricultural enterprises in the grain market have been grounded. Since a separate agricultural enterprise or even association formed by them cannot significantly affect on the market conditions, structure of formed channels of product market distribution, and essential characteristics of competitive situation, an increase economic efficiency level of its main activities and determining value is acquired mechanisms, tools, and organizational and managerial procedures for an adoption and implementation of decisions on streamlining a company's behaviour on target sales markets.

Elements of scientific novelty. In order to improve management mechanisms for marketing of agricultural enterprises in the grain market, in the article have been improved procedures for taking into account seasonal price fluctuations and medium-term trends in establishing grain selling prices by agricultural enterprises on basis of the use of prognostic tools for supporting adoption of management decisions in product sales.

Practical significance. Separate scientific developments regarding a substantiation of pricing mechanisms in agricultural enterprises and determining an efficiency of their sales activities in context of marketing policy's implementation will increase an economic efficiency of the industry and competitive status of enterprises. Tabl.: 1. Figs.: 4. Refs.: 15.

Keywords: mechanisms; grain market; agricultural enterprises; sales; marketing; prices.

Mykhailova Liubov Ivanivna – doctor of economic sciences, professor, head of the department of international economic activity and European integration, Sumy National Agrarian University (160, Herasyrna Kondratieva st., Sumy)
E-mail: lmikhaylova@yahoo.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-2628-5094>

Lyshenko Marharyta Oleksandrivna – doctor of economic sciences, associate professor (docent), head of the department of statistics, management activity analysis, and marketing, Sumy National Agrarian University (160, Herasyrna Kondratieva st., Sumy)
E-mail: lm_1980@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6321-5178>

Ustik Tetiana Volodymyrivna – candidate of economic sciences, associate professor (docent) of the department of statistics, management activity analysis, and marketing, Sumy National Agrarian University (160, Herasyrna Kondratieva st., Sumy)
E-mail: tanya_ustik@ukr.net

Михайлова Л.И., Лышенко М.А., Устик Т.В. Механизмы управления маркетингом и сбытом продукции сельскохозяйственных предприятий на рынке зерна

Цель статьи - исследовать механизмы управления маркетингом и сбытом в сельскохозяйственных предприятиях-производителях зерна на целевых рынках его сбыта.

Методика исследования. Используются методы: системного анализа - при определении тенденций развития рынка зерна; монографический - для углубленного исследования поставленных задач, корреляционно-регрессионного анализа - для определения влияния факторов на величину транзакционных издержек и выявление взаимосвязей и взаимозависимостей, сравнительного анализа - для исследования ценовых колебаний на рынке зерна, расчетные и абстрактно-логические - для теоретического обобщения результатов исследования и формулирования выводов и предложений.

Результаты исследования. Определены организационные аспекты сбытовой деятельности предприятий-производителей зерна, особенности ценообразования сельскохозяйственных предприятий на рынке зерна, обоснованы механизмы управления эффективностью сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий на рынке зерна.

Элементы научной новизны. С целью улучшения механизмов управления маркетингом и сбытом продукции сельскохозяйственных предприятий на рынке зерна усовершенствована процедуры учета сезонных ценовых колебаний и среднесрочных тенденций при установлении реализационных цен на зерно сельскохозяйственными предприятиями на основе применения прогностического инструментария поддержки принятия управленческих решений в сфере сбыта продукции.

Практическая значимость. Отдельные научные разработки по обоснованию механизмов ценообразования в сельскохозяйственных предприятиях и определение эффективности сбытовой деятельности предприятий в контексте реализации политики сбыта зерновой продукции будут содействовать эффективному функционированию сельскохозяйственных предприятий на рынке зерна. Табл. : 1. Илл. : 4. Библиогр. : 15.

Ключевые слова: механизмы; рынок зерна; сельскохозяйственные предприятия; сбыт; маркетинг; цены.

Михайлова Любовь Ивановна - доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности и евроинтеграции, Сумской национальной аграрный университет (г. Сумы, ул. Герасима Кондратьева, 160)

E-mail: lmikhaylova@yahoo.com

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0003-2628-5094>

Лышенко Маргарита Александровна - доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой статистики, анализа хозяйственной деятельности и маркетинга, Сумской национальной аграрный университет (г. Сумы, ул. Герасима Кондратьева, 160)

E-mail: lm_1980@ukr.net

ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-6321-5178>

Устик Татьяна Владимировна - кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, анализа хозяйственной деятельности и маркетинга, Сумской национальной аграрный университет (г. Сумы, ул. Герасима Кондратьева, 160)

E-mail: tanya_ustik@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 19.09.2018 р.

Фахове рецензування: 23.10.2018 р.

Бібліографічний опис для цитування:

Михайлова Л. І., Лышенко М. О., Устик Т. В. Механізми управління маркетингом та збутом продукції сільськогосподарських підприємств на ринку зерна. *Економіка АПК*. 2018. № 10. С. 40 – 49.

*

Новини АПК

Держгеокадастр презентував Моніторинг земельних відносин в Україні за 2016-2017 роки

8 жовтня 2018 року в офісі Представництва Світового банку в Україні відбулася презентація другої хвилі моніторингу земельних відносин (2016-2017 роки) та другого статистичного щорічника.

Моніторинг земельних відносин являє собою платформу, на якій систематизовано та узагальнено інформацію про володіння, користування і розпорядження земельними ділянками. Це єдина та структурована база різних масивів даних: кількості зареєстрованих у Державному земельному кадастрі земель та кількості зареєстрованих прав на них у Державному реєстрі речових прав на нерухоме майно, ринкових транзакцій із земельними ділянками, сплачених податків, судових спорів тощо – загалом 65 показників. Дослідження акумулювало дані шести відомств: Держгеокадастру, Мін'юсту, Державної фіскальної служби, Держстату, Держводагентства, Державної судової адміністрації. Перший моніторинг земельних відносин на основі даних 2014-2015 років був оприлюднений у вересні 2015 року.

Україна стала першою у світі країною, яка затвердила такий інноваційний інструмент як моніторинг земельних відносин на законодавчому рівні. «Завдяки обміну інформацією нам вдалося встановити повноту державних даних про земельні відносини. Крім того, повноцінний моніторинг дає можливість ідентифікувати слабкі сторони у діяльності органів влади в регіонах і вжити відповідних заходів», – підкреслив в. о. Голови Держгеокадастру Олександр Колотілін, зазначивши, що реалізація проекту стала можлива завдяки системній підтримці Світового банку.

За словами заступника Міністра аграрної політики та продовольства України Олени Ковальової, наступним етапом співпраці залишається створення автоматизованої системи збору даних про земельні відносини, яка стане інтегруючою інформаційною мережею для суб'єктів моніторингу. Це забезпечить новий рівень прозорості у земельних відносинах та дозволить зосередити зусилля на покращенні використання земель та створенні умов для проведення земельної реформи.

Довідково. Моніторинг земельних відносин – це система збору, збереження та оприлюднення набору даних та показників щодо стану земельних відносин в Україні. Проведення постійного моніторингу земельних відносин в Україні передбачено постановою Кабінету Міністрів від 23 серпня 2017 року № 639 «Про реалізацію пілотного проекту щодо проведення моніторингу земельних відносин та внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України».

За інформацією Держгеокадастру