

**П.П. Богачик, аспірант**

**Уманський національний університет садівництва**

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті проаналізовано найбільш привабливі ринки зернових культур (пшениця, кукурудза) та соняшникової олії за рівнем цін та обсягами імпорту продукції. Автором запропоновано використовувати стратегію інтегрованої диверсифікації, що дозволить об'єднувати агропідприємства, які займаються аналогічними видами діяльності (виробництво та реалізація пшениці, кукурудзи та ін.) з метою здійснення спільної переробки продукції та просування її на зовнішні ринки.*

***Ключові слова:** стратегія інтегрованої диверсифікації, конкуренція, ринок, експорт, ринкове середовище.*

**Постановка проблеми.** Нарощування аграрного виробництва потребує підвищення ефективності каналів реалізації продукції. Українські сільськогосподарські підприємства при здійсненні експортної діяльності спеціалізуються переважно на виробництві та реалізації зернових та олійних культур, що дозволяє підвищувати ринкову частку пшениці, кукурудзи та соняшникової олії на зовнішньому ринку. В умовах високого рівня концентрації виробництва, зниження купівельної спроможності населення країн, які раніше були надійними імпортерами української продукції, введення захисних заходів з боку ряду країн спостерігається зниження цін, за якими експортується сільськогосподарська продукція. Зважаючи на те, що українська продукція рослинництва забезпечує левову частку експортних надходжень за окремим видами продукції (пшениця, кукурудза та олія соняшникова), для українських сільськогосподарських підприємств-експортерів важливим завданням є пошук більш ефективних експортних ринків рослинницької продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ряд теоретико-практичних напрацювань щодо формування конкурентних стратегій у збутовій діяльності представлено в працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених таких як: Г. Азоєв [1], І. Аннсофф [2], Х. Бойд [3], Ф. Вірсем [3], О. Драган [4], П. Друкер [3], Т. Левіт [5], А. Літл [3], Ж. Лярош [3], Р. Майлз [3], А. Стрікланд, А. Томпсон [6], М. Тресі [3] та ін. Поряд з цим, недостатньо висвітлені шляхи підвищення ефективності

збуту експортноорієнтованої продукції сільськогосподарських підприємств та етапи групового проникнення на іноземні ринки.

**Формулювання цілей статті.** В статті представлені результати дослідження найбільш привабливих ринків для експорту зернових культур та олії соняшnikової. Основним завданням статті є формування стратегії групового впливу для спільного просування продукції з метою підвищення економічної ефективності підприємств АПК України.

**Виклад основного матеріалу.** Зростання світового виробництва основних зернових культур (пшениця, кукурудза) призводить до загострення конкуренції між підприємствами АПК. Поряд з цим, зниження рівня попиту на вітчизняну продукцію та купівельної спроможності населення на внутрішньому ринку змушує сільськогосподарські підприємства виходити за межі національного ринку і продавати свою продукцію на зовнішньому ринку за низькою ціною. Саме тому вітчизняним підприємствам АПК необхідно переорієнтуватись на ринки з високим рівнем попиту на продукцію рослинництва та цін. Адже за результатами 2015 р. українські сільськогосподарські підприємства-експортери та інші підприємства АПК продавали пшеницю на зовнішньому ринку за середньою ціною, яка була найнижчою у світі після Південної Кореї, Нікарагуа, Кот-д’Івуару, Белізу та Білорусі. Середня експортна ціна вітчизняної пшениці була на 26,6 % нижчою, ніж середня світова ціна. Україна займає шосте місце за рівнем експорту пшениці і шосте місце за ціною. В 2015 р. обсяг українського експорту пшениці досягнув рівня 13,5 млн т. Використовуючи стратегію лідерства за витратами, вітчизняні підприємства впевнено лідирують на даному ринку, проте втрачають левову частку прибутків. Також негативними факторами є втрата ринків країн, що входять до СНД. З огляду на дану ситуацію, розглянемо найбільші країни-імпортери за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. (табл. 1).

Серед двадцяти найбільших споживчих ринків в світі привабливими є Туніс, Японія та Китай. Слід вказати на те, що японський ринок є не лише одним із найбільш привабливих за ціною, але й одним із найбільш ємних, та перспективних. Найнижча імпортна ціна серед 20 найбільших імпортних ринків пшениці зафіксована на ринках Нідерландів, Бельгії та Іспанії.

За показниками найвищої імпортної ціни на пшеницю у 2015 р. найбільш привабливими країнами є Італія, Австралія та Сербія. Проте, останні 2 країни є споживчими ринками з низькою ємністю. Серед 20 країн-імпортерів з привабливим рівнем цін найбільш ємним ринком є Ефіопія, яка імпортувала 1259 тис. т пшениці за середньою ціною 343,98 дол. США/т у 2015 р. Світовий ринок пшениці з кожним роком

стрімко зростає. До прикладу, в 2014 р. було імпортовано 101,0 млн т пшениці, а в 2015 р. 135,1 млн т, що на 33,8 % більше.

### 1. Найбільші країни-імпортери пшениці за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. [4]

Найбільші країни-імпортери пшениці за обсягом			Найбільш привабливі країни-імпортери за ціною пшениці		
Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т	Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т
Алжир	282,23	8504,8	Італія	2841,76	714,8
Нідерланди	195,36	5928,1	Австралія	606,98	1,2
Японія	298,79	5530,7	Сербія	598,02	1,0
Іспанія	219,03	5486,6	Республіка Молдова	596,44	1,0
Бразилія	235,27	5170,4	Уругвай	586,80	1,3
Таїланд	248,54	4556,1	Гонконг (Китай)	503,06	5,7
Німеччина	219,94	4474,7	Фінляндія	442,32	9,6
Туреччина	253,67	4349,8	Малаві	434,44	107,1
Мексика	245,76	4182,9	Зімбабве	432,50	231,3
Бельгія	217,48	3968,1	Нігер	379,54	11,7
Філіппіни	290,17	3384,6	Мозамбік	371,93	383,2
Марокко	272,64	3214,5	Канада	361,99	97,0
Китай	298,19	2972,7	Сент-Вінсент і Гренадін	350,36	32,1
США	294,31	2481,8	Ботсвана	348,24	101,9
Туніс	312,57	1953,9	Ефіопія	343,98	1259,0
Перу	284,67	1875,6	Нікарагуа	332,21	134,9
Колумбія	259,54	1704,7	Швейцарія	329,43	396,6
Великобританія	255,15	1652,6	Мадагаскар	316,70	25,5
Ізраїль	232,79	1455,7	Болгарія	315,81	21,4
Саудівська Аравія	265,94	1404,0	Барбадос	314,86	17,7

Другою за важливістю експортною культурою є кукурудза на зерно, яка користується значним попитом на зовнішньому ринку. Українські сільськогосподарські підприємства-експортери та підприємства АПК здійснюють збут продукції за цінами, що є найнижчими на світовому ринку після агропідприємств Данії, Мадагаскару, Парагваю, Букіно Фасо за умов, що рівень експорту дозволяє займати нашій країні третє місце у світі. Враховуючи вище вказане, українські підприємства АПК, маючи значну ринкову частку, неспроможні зумовлювати вплив на формування

вищого рівня цін на вітчизняну продукцію. Саме тому вітчизняним підприємствам необхідно здійснювати пошук імпортерських ринків, які мають високий рівень цін та зростаючий попит на продукцію. Розглянемо найбільші країни-імпортери кукурудзи за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. (табл. 2).

На основі даних таблиці 2 можна зазначити, що серед країн-імпортерів кукурудзи з найвищим рівнем цін найбільшими ринками є Болгарія, Хорватія, Еквадор та Російська Федерація. А серед 20 країн-імпортерів, які мають найбільш ємкий ринок кукурудзи, найвищий рівень цін зафіксований у США, Німеччині, Канаді та Китаї.

## 2. Найбільші країни-імпортери кукурудзи за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. [4]

Найбільші країни-імпортери кукурудзи за обсягом			Найбільш привабливі країни-імпортери за ціною кукурудзи		
Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т	Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т
Японія	220,05	14708,2	Сербія	3971,84	4,9
Мексика	202,45	12145,3	Парагвай	3741,37	11,6
Іспанія	207,07	6960,4	Республіка Молдова	3573,86	2,2
Нідерланди	209,21	5010,0	РФ	3278,41	43,8
Китай	234,21	4730,0	Аргентина	2973,63	2,6
Колумбія	202,60	4717,6	Болівія	2899,90	4,6
Алжир	197,86	4417,6	Судан	2270,49	0,6
Італія	197,57	4211,0	Пакистан	2232,49	23,8
Малайзія	215,88	3743,4	Ефіопія	1675,67	4,3
Перу	214,58	3577,7	Танзанія	1350,82	22,2
Німеччина	283,52	2684,2	Австралія	1164,79	1,0
Саудівська Аравія	229,82	2483,2	Угорщина	1089,34	117,1
Марокко	205,54	2318,3	Білорусь	1081,68	47,2
Великобританія	218,36	2081,3	Еквадор	909,70	46,3
Португалія	198,07	1987,2	Бенін	799,98	1,0
Румунія	200,23	1807,4	Болгарія	757,97	60,6
Туреччина	231,56	1622,2	Люксембург	713,15	7,2
Канада	252,64	1487,0	Хорватія	601,66	59,1
США	446,99	1147,2	Індія	575,54	28,5
Туніс	188,19	1110,0	Букіна Фасо	569,91	1,2

Ще однією важливою експортною культурою є насіння соняшнику. Українські сільськогосподарські підприємства-експортери та підприємства АПК в переважній мірі продають отриману від переробки насіння олію соняшникову. За рівнем експорту олії соняшnikової українські підприємства АПК займають лідируючі позиції в світі. Проте негативним явищем є низький рівень експортної ціни на олію вітчизняного виробництва. Українські агропідприємства експортують свою продукцію за найнижчою ціною у світі після підприємств-експортерів Ефіопії, Бахрейну, Бурунді, Катару, Киргизстану, Ботсвани, Кот-д'Івуару та Молдови. Країна посідає дев'яте місце у світі за найнижчим рівнем експортних цін. Варто зазначити, що середня експортна ціна українських агропідприємств становила 767,68 дол. США/тис. л за умов, що середня світова імпортна ціна становила у 2015 р. 1020,58 дол. США/тис. л. З огляду на те, що середня експортна ціна українських підприємств АПК на 24,8 % нижча, ніж середньосвітова, українська аграрна економіка втратила щонайменше 996,1 млн дол. США експортної виручки у 2015 р. Саме тому в даних умовах перед українськими підприємствами АПК стоїть важливе завдання, що полягає у пошуку найбільш ефективних імпортних ринків, що дозволить підвищити середню експортну ціну на вказаний вид продукції і збільшити валютні надходження. Розглянемо найбільші країни-імпортери олії соняшnikової за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. (табл. 3).

Аналізуючи дані таблиці 3, можна відзначити, що найвища імпортна ціна на олію соняшnikову була зафіксована в Ефіопії на рівні 2056,51 дол. США/тис. л. Серед найбільших країн-імпортерів олії соняшnikової з обсягами поставки більше 100 тис. л. найвищий рівень цін був зафіксований в США, Туреччині та Франції.

Перенаправлення експортних потоків зернових, які забезпечують високу питому вагу загального експорту України, дозволить збільшити валютну виручку підприємств та підвищити рівень рентабельності продукції.

Для забезпечення активного просування продукції на зовнішні ринки агропідприємствам необхідно об'єднуватись та формувати спільні канали реалізації на внутрішніх та зовнішніх ринках. В даних умовах, на наш погляд, перспективною є стратегія інтегрованої диверсифікації, яка є стратегією групового впливу. Розглянемо етапи формування спільних каналів реалізації продукції в умовах використання стратегії інтегрованої диверсифікації (рис. 1).

Перенаправлення експортних потоків на перспективні та привабливі ринки дозволить аграрним підприємствам постачати свою продукцію за

вищими цінами, таким чином отримуючи вищий рівень доходів. Збільшення доходів може створити сприятливі умови для вітчизняного інвестування у розвиток не лише виробництва зернових та олійних культур, а й інших перспективних напрямів виробництва продукції рослинництва із коротким та середнім періодом окупності.

### 3. Найбільші країни-імпортери олії соняшникової за обсягом та найбільш привабливі ринки за ціною поставок у 2015 р. [4]

Місце країни в світі	Найбільші країни-імпортери насіння соняшника за обсягом			Найбільш привабливі країни-імпортери за ціною насіння соняшника		
	Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т	Назва країни	Ціна, дол. США/т	Обсяг, тис. т
1	Індія	1511,51	869,07	Ефіопія	16,69	2056,51
2	Туреччина	798,18	1379,75	Філіппіни	1,41	1705,94
3	Нідерланди	501,33	944,50	Мозамбик	6,17	1700,96
4	Італія	369,43	838,51	Нова Каледонія	2,17	1670,70
5	Іспанія	360,64	910,44	Люксембург	1,50	1664,44
6	Бельгія	333,35	1063,90	Китай, Гонконг	1,47	1610,40
7	Німеччина	312,62	1026,78	Швейцарія	49,85	1570,73
8	Великобританія	283,44	1036,09	Японія	33,42	1556,25
9	Франція	200,41	1125,57	Канада	31,69	1437,60
10	Судан	130,79	949,59	Ірландія	10,77	1431,04
11	США	111,00	1412,48	США	111,00	1412,48
12	Саудівська Аравія	98,94	931,20	Сінгапур	23,74	1391,82
13	Греція	97,53	957,90	Туреччина	798,18	1379,75
14	Білорусь	92,24	925,43	Катар	1,63	1365,61
15	ПАР	79,31	938,87	Парагвай	4,91	1354,75
16	Австралія	73,26	1046,52	Норвегія	8,07	1316,47
17	Боснія і Герцеговина	69,02	905,15	Малаві	2,18	1310,37
18	Малайзія	66,78	1001,84	Нова Зеландія	15,30	1304,39
19	Алжир	66,13	854,74	Шрі-Ланка	1,34	1265,98
20	Мексика	59,51	1033,23	Мадагаскар	1,83	1258,42

Також підвищення прибутковості реалізації продукції дозволить реінвестувати прибутки в розвиток виробництва готової продукції закордоном та її просування. Таким чином вітчизняні підприємства

зможуть підвищувати рівень доданої вартості та нарощувати внутрішнє виробництво та експорт продукції.



**Рис. 1. Етапи формування спільних каналів реалізації продукції в умовах використання стратегії інтегрованої диверсифікації**

**Висновки із цього дослідження.** Використання стратегії інтегрованої диверсифікації для аграрних підприємств, які займаються вирощуванням та реалізацією зернових та олійних культур, дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності на зовнішньому ринку та стати вагомим «гравцем» у міжнародному ринковому просторі. Спільне залучення коштів у налагодження власної переробки закордоном дозволить сформувати вищий рівень доданої вартості і, як наслідок, підвищити прибутковість реалізації вітчизняної продукції. Отримані прибутки підприємства зможуть

реінвестувати в розвиток українського виробництва й аграрної інфраструктури та підвищення заробітної плати працівникам, що дозволить сформувати споживчий ринок з вищим рівнем купівельної спроможності. Також створення переробних дочірніх підприємств закордоном дозволить переробляти не лише пшеницю та кукурудзу, а також інші зернові в майбутньому. Таким чином, контролюючи весь економічний цикл «виробництво-переробка-реалізація», українські об'єднання зможуть підвищити рівень валютних надходжень до країни і зумовити позитивний вплив на кон'юнктуру в Україні. В майбутньому планується проведення досліджень щодо підвищення економічної ефективності агропідприємств за рахунок формування великих інтеграційних об'єднань та переорієнтацію експортних потоків продукції рослинництва на виробництво продукції тваринництва з метою формування оптимальних цін на сільськогосподарську продукцію. Створення потужної збутової мережі на території інших країн дозволить контролювати рівень переробки продукції та впливати на ринкову кон'юнктуру цих країн, таким чином отримуючи додаткові конкурентні переваги.

**Бібліографічний список:** 1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – Москва: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. 2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с. 3. Фіщук Б.П. Конкурентні стратегії підприємства в умовах мінливого ринкового середовища / Б.П. Фіщук, В.П. Жевега, О.І. Войтенко. // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 4 (70). – Т. 2. – С. 206-211. 4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія. – К.: ДАКККиМ, 2006. – 160 с. 5. Levitt T. Marketing Myopia / Theodore Levitt. // Harvard Business Review. – 1975. – С. 2–14. 6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд. – Москва-Санкт-Петербург-Киев: Издательский дом "Вильямс", 2006. – 925 с. 7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 8. UN Comtrade / International Trade in Goods based on UN Comtrade data [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://comtrade.un.org>.

**П.П. Богачик Пути повышения эффективности сбыта экспортно-ориентированной продукции растениеводства в сельскохозяйственных предприятиях.** В статье проанализированы наиболее перспективные рынки зерновых культур (пшеница, кукуруза) и



подсолнечного масла по уровню цен и объемам импорта продукции. Автором предложено использовать стратегию интегрированной диверсификации, что позволит объединять агропредприятия, которые занимаются аналогичными видами деятельности (производство и реализация пшеницы, кукурузы и др.) с целью совместной переработки продукции и продвижения ее на внешних рынках.

**Ключевые слова:** стратегия интегрированной диверсификации, конкурентная стратегия в сфере сбыта, рынок, экспорт, рыночная среда.

**Р.Р. Bohachyk. Ways to increase marketing efficiency of export-oriented crop production in agricultural enterprises.** The article analyzes the most promising markets of grain crops (wheat, corn) and sunflower oil in terms of prices and volumes of imports. The author proposed to use the strategy of integrated diversification. This will allow uniting agricultural enterprises that are engaged in similar activities (production and sale of wheat, corn, etc.) with the purpose of joint processing of products and promotion on foreign markets. Also, the article proposes three main stages in the formation of joint channels for the sale of products under conditions of using the strategy of integrated diversification. This will increase the level of competitiveness and profitability of agricultural activities of agricultural enterprises. The identification of markets at attractive price criteria and high absorption capacity relative to imported products is a prerequisite for business decisions regarding the diversion of export flows of products to the most efficient markets and leaving less profitable markets. Thus, it is possible to raise the level of export prices for agricultural products and, as a consequence, the revenue level. The received additional funds can be redirected to reinvest the Ukrainian agrarian production, processing and promotion of Ukrainian products on foreign markets. The increase in the volume of currency earnings will increase the inflow of funds to the country which will help to strengthen the national currency and ensure macroeconomic stability. The increase in cash inflows will help to raise wages for employees of agricultural enterprises that are oriented to exporting products. This will increase the purchasing power of the population and increase the volume of the consumer market. In turn, an increase in export earnings will provide additional tax revenues to state and local budgets. This is a prerequisite for the development of infrastructure in rural areas. Improving the mechanisms for selling crop products used by agricultural enterprises is a prerequisite for progressive changes at the level of both the enterprises themselves and at the national and regional levels.

**Keywords:** strategy of integrated diversification, competitive marketing strategy, market, export, market environment

*Стаття надійшла до редакції: 28.05.2017 р.*