

рівня його інфраструктури та задоволенню потреб населення.

**Список використаної літератури:**

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної Ради, 2003. № 18-22, с. 144.
2. Електронний ресурс [http://agroua.net/news/news\\_38766.html](http://agroua.net/news/news_38766.html)
3. Моніторинг економічного і соціального розвитку підприємств і організацій АПК.: стат. зб. / підгот. відділом економ. аналізу; Департамент економічного розвитку і аграрного ринку. – К. – 2012. – с. 15-72.
4. Микитюк В.М., Русак О.П. Аграрне підприємництво: тенденції та проблеми розвитку/ Інноваційна економіка № 9, Всеукраїнський науковий журнал, 2012 – С. 18-21
5. Основи аграрного підприємництва / М.И. Малік, В. В. Зіновчук, Ю. О. Луценко та ін.; за ред. М. Й. Маліка. – К. : Ін-т аграр. екон., 2001. – 582 с.
6. Сільське господарство України за 2011 р.: стат. зб./ за ред. Ю. М. Остапчука; Державна служба статистики України. – К., – 2012. – 386 с.
7. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки: навч. посібник / Д. М. Стеченко. – К.: МАУП, 2000. – 176 с.

*Исследованы организационно-экономические особенности развития аграрного предпринимательства в условиях реструктуризации экономики. Предложены основные направления его дальнейшего развития.*

**Ключевые слова:** аграрное предпринимательство, организационно-экономические особенности, информационное обеспечение, инвестиции, сельскохозяйственное производство.

*Organizational and economic features of the agricultural business in modern conditions were investigated. Main directions of its further development are proposed.*

**Keywords:** agricultural business, organizational and economic features, information management, investment, agricultural production.

Дата надходження до редакції: 20.04.2013 р.

Рецензент: д.е.н., професор Єрмаков О.Ю.

УДК: 338.439.5

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ**

**К. В. Рудика**, аспірант, Луганський національний аграрний університет

*У статті проаналізовані ціни та канали реалізації продукції сільськогосподарських підприємств, які здійснюють безпосередній вплив на ефективність функціонування господарського механізму підприємств, проведений аналіз результатів реалізації аграрної продукції та запропоновані перспективні напрямки збутової діяльності.*

**Ключові слова:** підприємство, господарський механізм, ціноутворення, реалізація продукції, ефективність.

**Постановка проблеми.** Метою роботи будь-якого підприємства є довгострокове та ефективне функціонування на ринку. Ефективність господарського механізму аграрних підприємств безпосередньо залежить від того, наскільки вигідно підприємства змогли реалізувати вироблену продукцію, наскільки рентабельною є діяльність. В цьому питанні важливу роль відіграє вибір напрямків реалізації отриманого продукту. Аграрні підприємства працюють в складних ринкових умовах, коли нерозвиненість конкуренції, зокрема небажані поглинання в аграрній сфері, картельні змови, монополістична та олігополістична конкуренція, не завжди дає можливість реалізації продукції за кращими цінами, коли проміжні споживачі аграрної продукції диктують ціни та умови реалізації і виробники, які у багатьох випадках не мають можливості дослідження ринків збуту, час-

то повинні погоджуватись на умови представників пропозиції (не завжди найкращі).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Реалізація сільськогосподарської продукції в системі господарського механізму аграрних підприємств - це складний процес, який потребує постійного дослідження в сучасних умовах господарювання. На нашу думку, в даному процесі важливу роль відіграють два складових елементи господарського механізму – це ціновий та маркетинговий механізми, які у взаємодії впливають на результат реалізації продукції. Питаннями реалізації механізму ціноутворення на продукцію сільськогосподарства та формування цін завжди приділяється багато уваги у вітчизняній та зарубіжній літературі, зокрема, слід відмітити дослідження таких відомих вчених як В. Г. Андрійчук, М. Я. Дем'яненко, Б. Й. Пасхавер, П. Т. Саблук,

О. М. Шпичак. Що стосується вивчення питань маркетингових досліджень аграрного ринку, сільськогосподарських підприємств слід відмітити праці таких вчених як М. Й. Малік, В. Я. Месель-Веселяк, П. Т. Саблук, В. Г. Ткаченко, В. І. Перебийніс, М. П. Сахацький. Однак в умовах ринкових відносин ціноутворення на аграрну продукцію – це недостатньо досліджена сфера. Також потребує більш глибокого вивчення дослідження залежності і взаємодії напрямків та цін реалізації продукції сільськогосподарських підприємств.

**Ціль статті полягає** у відображенні результатів дослідження щодо діяльності сільськогосподарських підприємств з реалізації аграрної продукції та визначення загальної тенденції напрямів реалізації продукції.

**Основний матеріал дослідження.** Держава здійснює економічний вплив на виробництво продукції аграрного сектору, в тому числі і через ціновий механізм. В системі взаємовідносин партнерів аграрного сектору економіки ефективність функціонування підприємств визначається досконалістю цінового механізму. Для виробників продукції велике значення має рівень цін, бо висока ціна реалізації є великим стимулом, дає можливість окупити витрати пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції та отримати прибуток. Проте це бажаний варіант, а на практиці все набагато складніше, бо на формування цін, в тому числі і реалізаційних, здійснює вплив багато чинників. До суб'єктивних факторів відносяться конкурентні переваги, а до об'єктивних – сезонність, канали реалізації, платоспроможність населення і т.п. [1]. Сільськогосподарські підприємства на собі відчують вплив таких чинників як нестабільність цін, що пов'язане з кон'юктурою ринку, впливом конкуренції, невизначеністю розвитку аграрного сектору, сезонністю виробництва, природними умовами і т.д.

Через цілі господарювання господар визначає для свого підприємства систему найважливіших показників ефективності функціонування, які мають бути досягнуті. На основі вибудованої системи ранжуються завдання, утворюючи політику цін продавця. Вирішення цих завдань забезпечує механізм ціноутворення [2]. Завдяки вартісному вираженню показників і стає можливим розрахунок показників ефективності функціонування господарського механізму та розробка стратегії розвитку підприємств.

Проведений аналіз формування грошових доходів аграрних підприємств в Україні виявив значні коливань цін на сільськогосподарську продукцію по роках, з чого можна зробити висновок, що процес ціноутворення на продукцію аграрної галузі є досить недосконалим і потребує розробки механізмів щодо його покращення [3, с.221]. Головна роль в цьому процесі належить державному втручання, без якого не можна спрогнозувати подальшу долю невеликих аграрних підпри-

ємств.

Оскільки одні з найгірших показників розвитку в рейтингу регіонів за 2010-2012 роки належать Луганській області, це свідчить про недосконалість господарського механізму аграрних підприємств. На прикладі підприємств Луганської області пропонуємо розглянути, за якими напрямами і по яким цінам реалізують сільськогосподарську продукцію безпосередні виробники. Для проведення аналізу були використанні данні за 2010-2011 роки 68 аграрних підприємств, які відносяться до м.Луганськ, Лутугінського району та Станично-Луганського району, в межах яких і знаходить обласний центр. Підприємства мають значний потенціал та вибір каналів реалізації у зв'язку зі своїм розташуванням поблизу до більшості переробних підприємств різних видів продукції. Для аналізу цін реалізації та напрямів реалізації продукції були вибрані основні види продукції, що виробляються підприємствами. У своїй більшості підприємства мають рослинницький напрям роботи та спеціалізуються за досліджуваними роками на вирощуванні пшениці, жита, ячменя, кукурудзи та соняшника, на м'ясо вирощують в основному свиней. 21 підприємство має рослинницький і тваринницький напрями, із них тільки 4 підприємства виробляють молоко і молочну продукцію. Ранжування підприємств за виручкою від реалізації основних видів продукції показує, що тільки 12 підприємств (17,6%) в 2011 році мають виручку від реалізації більше 3 млн.грн. (рис. 1), тобто переважна більшість підприємств є порівняно невеликими за обсягами реалізації. Треба звернути увагу на те, що 8 з цих 12 підприємств мають і рослинницький і тваринницький напрями: м. Луганськ - ННВАК ЛНАУ «Колос», Станично-Луганський район - ТОВ «Валуйська МТС», ПСП Аф «Іллірія», ТОВ ім. Суворова, ТОВ «Жовтень – РК – 2», ПСП «Агропродукт», ПСП «Деркул» та ПНВСП «Агро-Восток», тобто тваринництво більш характерне для досить потужних підприємств з середніми та вище середнього обсягами виробництва.

Проведений у досліджуваних підприємствах за 2010-2011 роки аналіз структури реалізації, показав зменшення долі від реалізації олійних культур на 9%, які представлені в основному соняшником, при збільшенні долі зернових та зернобобових культур на 6%, молока і молочних продуктів на 2% та худоби в живій вазі на 1%. По основних видах виробництва продукції структура реалізації має наступний вигляд у 2010 році в млн.грн.: зернові та зернобобові – 47,8, олійні – 63,5, худоба (в живій вазі) – 14,1, молоко і молочні продукти – 4,2; у 2011 році відповідно 52,7; 49,2; 14,9; 5,4. Загальний обсяг реалізації продукції досліджуваними підприємствами зменшився в 2011 році на 5,8%, також доля реалізації продукції підприємствами в загальній реалізації продукції всієї області скоротилась на 1,3% (з 5,9% в

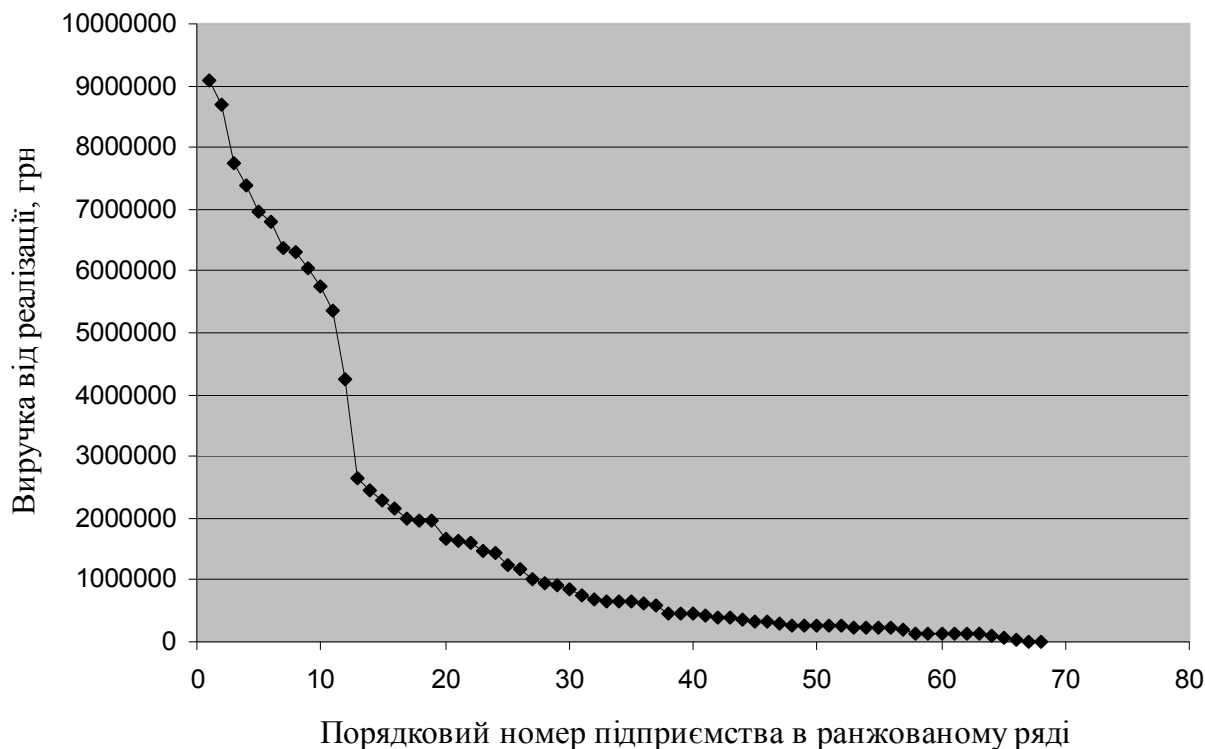


Рис.1. Розподіл аграрних підприємств за виручкою від реалізації основних видів продукції.

Детальний аналіз напрямків та цін реалізації (табл.1), показав, що більш високі ціни пропонуються в основному за іншими каналами реалізації, тобто проміжним споживачам, в основному перекупникам і трейдерам, тому і в структурі реалізації підприємства надають перевагу саме цьому напрямку, окрім реалізації молока та молочних продуктів, які найбільше реалізуються на ринках та через власні точки продажу де пропонуються більш високі ціни. Порівняння в середньому по роках проводилось із підприємствами, що виробляють продукцію і рослинництва і тваринництва, які за виручкою від реалізації продукції є лідерами: у 2010 році – це ТОВ «Валуйська МТС», у 2011 році – ПСП «Деркул». В якості області-лідера обрана Дніпропетровська область, бо за різними рейтингами вона входить до трійки найефективніших областей, в тому числі і за показниками стану аграрного сектору.

В цілому тенденція дослідження схожа із загальними результатами по області, проте молоко і молочні продукти в середньому по Луганській області в своїй більшості реалізовувались переробним підприємствам. Викликає занепокоєння вирощування соняшнику майже кожним господарством у значній долі в структурі реалізації, бо

за технологією цю культуру на одній і тій площі можна вирощувати через 5-6 років (не дотримання технологій знижує продуктивність угідь). Із проведеного дослідження слідує висновок, що один із перспективних напрямів реалізації – на переробні підприємства, в структурі каналів реалізації займає не найбільше місце. Переробні підприємства не зацікавлюють безпосередніх товаровиробників цінами, пред'являють високі вимоги до якості продукції, намагаючись знизити ціну закупівлі, тому продукція надходить за іншими каналами реалізації, на що в тому числі впливають система оподаткування, економія на збутових витратах, відсутність можливостей зберігання продукції. В перспективі стабільне поєднання інтересів виробників і переробників в межах однієї виробничо-переробної зони може сприяти покращенню діяльності обох сторін і у більшості розвинутих країн така практика співпраці є нормою.

Ще один перспективний напрям реалізації – аграрні біржі, на жаль цей вид торгівлі не дуже розвинутий в Україні і доступ до нього мають переважно великі підприємства, зміна ситуації потребує державного втручання та регулювання.

Таблиця 1

## Структура за каналами реалізації та ціна реалізації окремих видів сільськогосподарської продукції

Канали реалізації	В середньому по 68 підприємствах 2010р./ підприємство лідер		В середньому по 68 підприємствах 2011р./ підприємство лідер		В середньому по Луганській області / до області лідеру			
	структура реалізації, %	середня ціна реалізації, грн./ц	структура реалізації, %	середня ціна реалізації, грн./ц	2010р.		2011р.	
					структура реалізації, %	середня ціна реалізації, грн./ц	структура реалізації, %	середня ціна реалізації, грн./ц
<b>Зернові та зернобобові культури:</b>	<b>100 / 100</b>	<b>103 / 82</b>	<b>100 / 100</b>	<b>133 / 169</b>	<b>100 / 100</b>	<b>104,8 / 104</b>	<b>100 / 100</b>	<b>132 / 133</b>
переробним підприємствам	6 / -	106 / -	10,3 / -	137 / -	5,4 / 1,7	115 / 117	7,6 / 2,1	139 / 149
населенню в рахунок оплати праці	4,5 / 2,2	103 / 84	0,8 / -	116 / -	1,8 / 0,3	82 / 66	1,1 / 0,2	98 / 79
пайовикам	7,2 / 2,2	86 / 83	8,7 / -	121 / -	13,1 / 13,2	91 / 65	10,5 / 12,3	113 / 80
на ринку, через власні точки продажу	16 / 5	101 / 77	15,5 / -	119 / -	10 / 8,7	94 / 91	9,6 / 7,6	123 / 112
за іншими напрямками	66,4 / 90,6	108 / 83	64,6 / 100	139 / 169	69,7 / 76,1	109 / 112	71,2 / 77,8	136 / 143
<b>Олійні культури:</b>	<b>100 / 100</b>	<b>264 / 192</b>	<b>100 / 100</b>	<b>289 / 342</b>	<b>100 / 100</b>	<b>283,2 / 295</b>	<b>100 / 100</b>	<b>313 / 328</b>
переробним підприємствам	16,4 / -	286 / -	11,33 / -	304 / -	5,5 / 1,7	288 / 333	10,3 / 2	304 / 329
населенню в рахунок оплати праці	0,02 / -	214 / -	0,02 / -	267 / -	0,4 / 0,0	171 / 132	0,1 / 0,0	138 / 122
пайовикам	0,53 / -	239 / -	0,23 / -	232 / -	0,7 / 1,4	192 / 174	0,4 / 1,3	182 / 180
на ринку, через власні точки продажу	7,94 / -	233 / -	4,88 / -	274 / -	5,4 / 5,5	246 / 260	3,5 / 3,4	291 / 317
за іншими напрямками	75,11 / 100	265 / 190	83,55 / 100	289 / 342	88 / 91,4	286 / 298	85,7 / 93,3	316 / 330
<b>Худоба та птиця (в живій вазі):</b>	<b>100 / 100</b>	<b>1055 / 1105</b>	<b>100 / 100</b>	<b>1585 / 1386</b>	<b>100 / 100</b>	<b>1112,6 / 1083</b>	<b>100 / 100</b>	<b>1242 / 1185</b>
переробним підприємствам	20,3 / -	1168 / -	23,1 / -	1238 / -	19,1 / 28,1	1080 / 1048	14,6 / 11,8	1200 / 1415
населенню в рахунок оплати праці	1,6 / 24	1156 / 1157	0,4 / -	1347 / -	2 / 0,4	996 / 963	1,3 / 0,3	1034 / 961
пайовикам	1,4 / -	1652 / -	1,3 / -	1228 / -	0,3 / 0,0	1239 / 979	0,4 / 0,0	1105 / 875
на ринку, через власні точки продажу	52,9 / 76	1007 / 1090	34,3 / -	1301 / -	13,7 / 6,2	1054 / 1103	9,2 / 5,5	1071 / 1233
за іншими напрямками	23,8 / -	1202 / 1106	40,2 / 100	2040 / 1386	64,9 / 65,3	1158 / 1096	74,5 / 82,4	1274 / 1150
<b>Молоко і молочні продукти:</b>	<b>100 / -</b>	<b>322 / -</b>	<b>100 / -</b>	<b>412 / -</b>	<b>100 / 100</b>	<b>272 / 320</b>	<b>100 / 100</b>	<b>312 / 317</b>
переробним підприємствам	9,3 / -	197 / -	1,2 / -	208 / -	87,9 / 91,9	268 / 325	89,5 / 93,6	304 / 319
населенню в рахунок оплати праці	3,7 / -	374 / -	1,7 / -	426 / -	0,3 / 0,3	271 / 256	0,2 / 0,2	304 / 230
пайовикам	-	-	-	-	0,1 / 0,0	249 / 150	0 / -	248 / -
на ринку, через власні точки продажу	71,3 / -	384 / -	86,9 / -	437 / -	6,7 / 3,2	332 / 240	6,8 / 3,3	403 / 270
за іншими напрямками	15,8 / -	232 / -	10,2 / -	298 / -	5 / 4,6	273 / 274	3,5 / 2,9	359 / 299

**Висновки і перспективи.** Щоб отримати виробникам аграрної продукції найкращу віддачу відгосподарської діяльності, потрібно вирішувати

питання цінової політики, шукати найвигідніші шляхи реалізації для виробленої продукції, які в сучасних умовах господарювання не завжди ма-

ють вищу ціну. Потрібне створення такого механізму регулювання цін, який буде спрямований на підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств та забезпечення їх двосторон-

ньої взаємодії в напрямі реалізації продукції з переробними підприємствами – це перспективний напрям.

### Список використаної літератури.

1. Зорина Э. А. Теоретические аспекты ценообразования на предприятиях АПК. / Э.А. Зорина [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.agrolink.ru/conf21/webpages/materials/2/spisok.html>
2. Федорова М. А. Необходимость регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию. / М. А. Федорова, Д. Н. Солдатова / [Электронный ресурс] – Режим доступа : [www.agrolink.ru/conf21/webpages/materials/2/17.doc](http://www.agrolink.ru/conf21/webpages/materials/2/17.doc)
3. Гудак В. В. Механізм ціноутворення в аграрному секторі як чинник забезпечення доходності сільськогосподарських підприємств. / В. В. Гудак // Інноваційна економіка. – 2011. – №7 - С. 221-225.

*В статье проанализированы цены и каналы реализации продукции сельскохозяйственных предприятий, которые осуществляют непосредственное влияние на эффективность функционирования хозяйственного механизма предприятий, проведен анализ результатов реализации аграрной продукции и предложены перспективные направления сбытовой деятельности.*

**Ключевые слова:** предприятие, хозяйственный механизм, ценообразование, реализация продукции, эффективность.

*Prices and channels of farm produce selling of agricultural enterprises, which directly influence on efficiency of economic mechanism functioning, are analyzed in the article. The analysis of farm products implementation results are carried out and the perspective directions of marketing activities are offered.*

**Key words:** enterprise, the economic mechanism, pricing, sales, efficiency.

Дата надходження до редакції: 03,04.2013 р.

Рецензент: д.е.н., професор Гончаров В.М.

УДК 338.434:354.83

### ДЕРЖАВНА ФІНАНSOVA ПІДТРИМКА ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ, ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

М. В. Кіц, аспірант, Львівський національний аграрний університет

*У статті розглядаються питання державної підтримки розвитку сільськогосподарського виробництва. Дається огляд окремих наукових публікацій з досліджуваної проблеми. Представлено результати проведеного дослідження державної підтримки у виробничій діяльності сільськогосподарських підприємств. Показано вплив чинників та визначено розмір фінансових ресурсів для розвитку сільського господарства та описані основні шляхи при проведенні державної аграрної політики.*

**Ключові слова:** регулювання, державна підтримка, державне регулювання, ринок, фінанси.

**Постановка проблеми.** Політика державного регулювання сільськогосподарських підприємств за період незалежності України постійно зазнавала змін під впливом жорстких механізмів конкуренції та зміни пріоритетів.

Особливості сільськогосподарського виробництва вимагають постійної державної підтримки з метою стабільного розвитку сільськогосподарських підприємств, забезпечення їх ефективної роботи в умовах ринкових відносин.

На протязі останніх років ефективність сільськогосподарського виробництва досягається шляхом підвищення цін на продукцію, яка у деякій мірі стимулює зростання обсягів виробництва продукції. В умовах стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію товаровиробники зможуть оптимізувати обсяг виробництва

продукції та платоспроможний попит на сільськогосподарську техніку і ресурси. Так, у 2011 році в порівнянні з 2005 роком валове виробництво продукції (в прогнозах 2010 року) зросло на 17,8%. Зростання обсягів виробництва продукції пояснюється перш за все тим, що за рахунок підвищення цін забезпечено ефективність роботи окремих галузей. В той же час зростання цін на засоби виробництва зменшують доходи виробників сільськогосподарської продукції до такого рівня, який не забезпечує розширення виробництва в аграрному секторі економіки. Тобто, через відсутність збалансованості цін на промислову і сільськогосподарську продукцію значна кількість аграрних підприємств скорочує свою виробничу діяльність, бо їм економічно не вигідно збільшувати виробництво сільськогосподарської