

Андрій О. Харенко, Олександр Л. Бурляй, Тетяна І. Бортник

### ЗБУТ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*У статті проаналізовано ефективність збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо основних видів продукції рослинництва та вплив концентрації виробництва на її показники. Визначено провідні підприємства галузі на території регіону та розглянуто результати їх діяльності. Запропоновано заходи, що здатні позитивно вплинути на ефективний збут продукції галузі господарствами регіону.*  
**Ключові слова:** сільськогосподарські підприємства; збут; концентрація; канали реалізації; біржова торгівля.

Табл. 10. Літ. 24.

Андрей А. Харенко, Александр Л. Бурляй, Татьяна И. Бортник

### СБЫТ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

*В статье проанализированы эффективность сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий Черкасской области относительно продукции растениеводства и влияние концентрации производства на ее показатели. Определены передовые предприятия отрасли на территории региона и рассмотрены результаты их деятельности. Предложены меры, которые смогут позитивно повлиять на эффективность сбыта продукции отрасли хозяйствами региона.*

**Ключевые слова:** сельскохозяйственные предприятия; сбыт; концентрация; каналы реализации; биржевая торговля.

Andrii O. Kharenko<sup>1</sup>, Oleksandr L. Burlaiy<sup>2</sup>, Tetiana I. Bortnyk<sup>3</sup>

### CROP PRODUCTION SALES BY AGRICULTURAL ENTERPRISES

*The article analyzes marketing efficiency of agricultural enterprises in Cherkasy region and the impact of plant concentration on its performance. The leading branch enterprises in the region are determined and their activity is examined. Measures, which can promote effective sales of agriproducts in the region are suggested.*

**Keywords:** agricultural enterprises; distribution; concentration; sales channels; exchange trade.

**Постановка проблеми.** Через мінливість попиту на агропродовольчому ринку здійснюються постійні пошуки більш ефективних напрямів товарної і цінової політик, каналів розподілу продукції, методів формування попиту і стимулювання збуту, активізуючи цим на підприємствах аграрного сектору маркетингову діяльність. Її вплив на економічні здобутки останніх років є беззаперечним аргументом на користь актуальності науково-прикладної проблеми і необхідності підвищення ефективності використання маркетингу в сільськогосподарських підприємствах різних форм власності і господарювання.

Однією з головних проблем аграрних виробників є сфера збуту сільськогосподарської продукції. Прийняття рішень у сфері політики просування виробленої продукції полягає у виборі системи, форми і каналу збуту. Нинішня інфраструктура аграрного ринку не зорієнтована на швидке просування продукції до споживачів. При цьому збитків зазнають і товаровиробники, які змушені використовувати неорганізовані канали збуту з непрозорими

<sup>1</sup> Uman National University of Horticulture, Ukraine.

<sup>2</sup> Uman National University of Horticulture, Ukraine.

<sup>3</sup> Uman National University of Horticulture, Ukraine.

умовами купівлі-продажу та диктатом посередника, і споживачі, змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за завищеними цінами [20]. Ефективний збут продукції для підприємства важливий з ряду причин: його обсяг визначає інші показники підприємства (величину доходів, прибуток, рівень рентабельності). Крім того, від нього залежать виробництво й матеріально-технічне забезпечення. Таким чином, у процесі збуту остаточно визначається результат роботи підприємства, спрямований на розширення обсягів діяльності й одержання максимального прибутку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дана проблема вирізняється багатогранністю складових її аспектів та їх багаторівневим характером. Значний внесок в її вирішення внесли такі науковці: В. Андрійчук [1], В. Губенко [3], О. Красноруцький [5], Я. Ларіна [6], П. Саблук [24], І. Соловійов [23] та ін.

Проте, незважаючи на вагомість їхніх розробок та певні здобутки в аграрному секторі економіки, багато питань збуту продукції аграрних виробників залишаються не повністю розкритими, при цьому надто мало існує практичних розробок щодо його розвитку й ефективного функціонування в сучасних умовах на регіональному рівні.

**Метою дослідження** є аналіз збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо продукції рослинництва та визначення напрямів підвищення її ефективності. Інформаційною базою стали праці провідних вітчизняних та іноземних вчених, матеріали Головного управління статистики в Черкаській області та інші джерела.

**Основні результати дослідження.** Загальна величина прибутку сільськогосподарських підприємств регіону формується як сума надходжень від продажу різних видів продукції (табл. 1). Так, у сільськогосподарських підприємствах Черкаської області, в середньому за досліджуваний період 92,0% його обсягу надійшло від галузі рослинництва, 44,5% – за рахунок зернових (у т.ч. 31,1% кукурудза на зерно, 9,6% – пшениця, 2,0% – ячмінь), 35,2% – олійних культур (у т.ч. 27,1% – насіння соняшнику) та 8,7% – цукрових буряків.

Зернове господарство є важливою складовою сільськогосподарської галузі як України, так і Черкаської області зокрема. Згідно з табл. 2, протягом 2009–2013 рр. господарська діяльність сільськогосподарських підприємств щодо зерна була досить ефективною, про що свідчить розмір прибутку на 1 га. Проте у 2013 р. рівень прибутковості галузі, в порівнянні з 2009–2012 рр., зменшився майже втричі, що пов'язано з падінням реалізаційних цін на 17% під впливом кон'юнктури ринку. Питома вага витрат на збут у структурі повної собівартості становить близько 10%.

Покупцями зерна виступають різні економічні суб'єкти. За умови розвитку ринкових відносин та відміни державного замовлення, основними каналами збуту продукції аграрних підприємств стали: переробні підприємства, орендна плата за паї населенню (в рахунок оплати праці), на ринку, комерційним організаціям. Зазначимо, що, на відміну від інших галузей економіки, аграрні господарства реалізують не всю продукцію, значна її частка йде на корм худобі та інші виробничі потреби. За досліджуваний період мала місце тенденція зростання питомої ваги реалізації таким суб'єктам зерна, як переробними підприємствами та комерційними організаціями (під останніми

розуміємо зернотрейдерів). За даними Української аграрної конфедерації, трійка найбільших з них (НІБУЛОН, «А. Топфер Інт. Україна», «Л. Дрейфус Коммодітіз Україна») забезпечують близько 38% експорту, а перша сімка (НІБУЛОН, «А. Топфер Інт. Україна», «Л. Дрейфус Коммодітіз Україна», «Кернел Трейд», ГПЗКУ, «Серна» та «Сантрейд») – близько 3/4 загального експорту зерна з України [4].

**Таблиця 1. Порівняння питомої ваги складових товарного асортименту сільськогосподарських підприємств Черкаської області за обсягами виручки від реалізації та прибутку, %\***

Вид продукції	В середньому за 2009–2013 роки	
	виручка	прибуток
Рослинництво – всього	75,5	92,0
в т.ч.: зерно	42,7	44,5
сояшник	13,5	27,1
ріпак	4,5	4,2
соя	4,2	3,9
цукрові буряки	4,6	8,7
овочі відкритого ґрунту	0,5	-0,4
інша продукція галузі	5,5	4,1
Тваринництво – всього	24,5	8,0
в т.ч.: жива вага ВРХ	2,7	-5,6
свиней	5,3	-0,2
молоко	9,5	6,7
інша продукція галузі	7,0	7,1
Всього по галузях рослинництва і тваринництва	100,0	100

\* розраховано за даними [9–13].

**Таблиця 2. Збут зерна сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області\***

Показник		2009	2010	2011	2012	2013	
Реалізація, ц		23345336	16289018	19653680	25625558	25154836	
Рівень товарності, %		95,9	88,2	70,0	105,0	84,0	
Повна собівартість 1 ц, грн		70,86	100,30	107,35	122,38	119,13	
в т.ч. витрати на збут		7,34	13,82	14,70	13,36	12,26	
Ціна реалізації 1 ц, грн		86,34	122,70	138,76	153,44	127,56	
Прибуток на 1 га, грн		736,32	810,02	1323,61	1761,10	457,44	
Прибуток на 1 ц, грн		15,48	22,40	31,41	31,06	8,43	
Рівень рентабельності, %		21,9	22,3	29,3	25,4	7,1	
Канали реалізації <sup>4)</sup>	переробні організації	% <sup>1)</sup>	4,8	5,5	3,5	5,5	8,9
		грн <sup>2)</sup>	82,4	130,6	137,95	146,03	123,83
	орендна плата за паї	%	6,1	8,2	7,4	0,2	4,5
		грн	69,6	80,8	101,06	116,99	117,56
	населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	%	0,4	0,4	0,2	4,3	0,2
		грн	63,6	81,3	100,84	124,97	108,72
	на ринку	%	2,3	2,1	1,5	1,0	0,9
		грн	72,6	106,4	127,95	149,08	116,78
	комерційним організаціям	%	86,4	83,8	87,4	89,0	85,5
		грн	87,2	129,9	143,40	155,94	129,22

\* складено за даними [9–13; 15–19].

<sup>1)</sup> питома вага каналу; <sup>2)</sup> ціна за 1 ц; <sup>3)</sup> агроформування області.

У табл. 3 наведено дані щодо ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області відносно зерна в залежності від концентрації виробництва та лідерів галузі. Рівень концентрації виробництва сприяє збільшенню розміру прибутку на 1 га, більші підприємства мають можливість застосовувати у своїй діяльності інтенсивні технології на інноваційній основі, використовуючи для цього достатню кількість матеріальних ресурсів (добрив, засобів захисту рослин, нової техніки, продуктивних сортів і гібридів рослин), які значно підвищують продуктивність ріллі.

**Таблиця 3. Ефективність збуту зерна сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області в залежності від концентрації виробництва, 2012 р. \***

Групи господарств за площею посіву зернових та зернобобових, га	Показник							
	кількість підприємств у групі, од.	середня площа, га	рівень товарності, %	збутові витрати на 1 ц, грн	ціна реалізації 1 ц, грн	прибуток, грн		рівень рентабельності, %
						1 ц	1 га	
до 500	131	264	107,0	13,05	148,13	21,25	976,95	16,8
501–1000	130	715	99,2	12,45	160,53	30,68	1459,62	23,6
1001–1500	64	1196	93,4	11,50	158,30	25,16	1211,30	18,9
1501–2000	14	1649	96,9	5,93	150,11	28,98	1313,60	23,9
2001–2500	15	2219	93,0	12,94	167,08	36,68	1737,74	28,1
2501–3000	9	2694	100,7	12,65	156,74	28,97	1365,07	22,7
3001–3500	4	3261	69,8	15,05	142,89	27,34	952,36	23,7
3501–4000	4	3779	117,6	15,62	146,67	2,75	176,02	1,9
ТОВ «ЧОРНА КАМ'ЯНКА»	x	4695	101,9	26,11	158,06	22,60	1045,35	16,7
СТОВ «АГРОКО»	x	4874	94,3	33,21	146,27	12,41	501,64	9,3
ТОВ «КИЩЕНЦІ»	x	5196	93,4	16,76	180,73	33,47	1760,60	22,7
ТОВ «ІНВЕСТАГРО-ПРОМ»	x	5523	128,2	6,24	147,66	8,09	478,19	5,8
ТОВ «ОЛІМП»	x	5855	104,0	25,26	171,44	30,67	2318,54	21,8
ПСП «ПЛІШКАНІ»	x	5916	95,5	4,02	140,69	43,01	2275,09	44,0
СТОВ «ЛНЗ-АГРО»	x	6127	141,1	29,26	149,92	73,83	12351,57	97,0
СТОВ «ПАЛЬМІРА»	x	8450	128,0	8,62	154,09	67,92	3581,63	78,8
СТОВ «АФ ЗЛАГОДА»	x	10969	79,9	2,51	154,40	59,46	2669,14	62,6
СТОВ «ЗК «ХОРС»	x	12136	121,1	11,39	157,16	26,98	1689,82	20,7
СТОВ «АФ КОРСУНЬ»	x	13553	80,4	2,44	154,06	61,68	2847,85	66,8
ПАТ «НВФ «УРОЖАЙ»	x	44413	123,2	14,47	141,22	34,75	3728,28	32,6

\* розраховано за даними сільськогосподарських підприємств Черкаської області.

Ефективність збуту насіння соняшнику протягом досліджуваного періоду коливається з року в рік, проте є стабільно прибутковою (табл. 4).

Це пов'язано з тим, що витрати на його виробництво і збут зростають повільніше, ніж ціна. За період 2011–2013 рр. рівень товарності досліджуваної продукції знаходився на рівні 80%, хоча в попередні та подальші роки він перевищував 100%. Це пояснюється тим, що, на думку товаровиробників, у

даний рік реалізаційна ціна, яка пропонувалася операторами ринку, була дещо заниженою. Як свідчить зарубіжний і вітчизняний досвід, ціни на насіння соняшнику, коли його купують безпосередньо у виробника, як правило, необґрунтовано низькі. Це зумовлене дією двох головних чинників. По-перше, зрозуміло, що, коли йдеться про продаж насіння з поля, його пропозиція в цей час нерідко в декілька разів вища, ніж попит на нього. А це, як відомо, призводить до зниження цін. По-друге, в Україні практично всі покупці даного виду збіжжя, в т.ч. посередницькі структури, займають відносно виробників олігопольне або навіть монопольне становище. До речі, це стосується ринку практично всіх видів сільгосппродукції.

Таблиця 4. Збут насіння соняшнику сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області\*

Показник		2009	2010	2011	2012	2013	
Реалізація, ц		2640723	2464084	2240024	3230962	3321507	
Рівень товарності, %		107,4	105,3	80,0	105,6	85,5	
Повна собівартість 1 ц, грн		134,07	194,14	219,94	253,35	240,98	
в т.ч. витрати на збут		14,89	24,91	29,59	35,17	30,84	
Ціна реалізації 1 ц, грн		194,83	328,41	342,53	387,00	311,80	
Прибуток на 1 га, грн		1579,20	3138,77	2294,88	4078,78	1937,63	
Прибуток на 1 ц, грн		60,76	134,27	122,59	133,65	70,82	
Рівень рентабельності, %		45,3	69,2	55,7	52,8	29,4	
Канали реалізації	переробні організації	%	37,5	31,5	6,0	10,4	12,4
		грн	110,4	121,1	336,86	364,09	286,62
	орендна плата за паї	%	0,2	0,2	1,0	0,5	0,6
		грн	84,4	322,8	230,91	258,90	251,15
	населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	%	0,2	0,3	-	-	-
		грн	141,9	237,6	-	-	-
	на ринку	%	14,3	14,5	1,3	0,8	0,6
		грн	506,0	681,8	311,72	341,09	298,24
	комерційним організаціям	%	47,8	53,5	91,7	88,3	86,4
		грн	608,8	883,8	344,33	398,33	318,39

\* складено за даними [9–13; 15–19].

Залежність показників ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкаської області щодо насіння соняшнику від концентрації виробництва та основних виробників регіону наведено в табл. 5.

У країнах ЄС площі під ріпаком, який використовується переважно для виробництва біодизеля, протягом останніх років скорочуються, оскільки їх не вистачає для виробництва продовольчих культур. Це призвело до незадоволеного попиту на сировину з боку переробних підприємств, потужності яких виявилися не дозавантаженими. Високий рівень цін на насіння ріпаку зумовив його прибутковість (табл. 6), а отже і досить високі обсяги виробництва даної культури в нашій країні. Практично все вирощене збіжжя господарства реалізують комерційним структурам, які його купують для подальшого експорту, оскільки переробка ріпаку на теренах країни лише почала розвиватися в останні роки. Так, потужності вітчизняних оліежирових комбінатів у 2012 р. оцінювалися на рівні 11 млн т на рік. Проте технології більшості переробних підприємств не дозволяють переробляти ріпак. До того ж, вони традиційно

віддають перевагу соняшнику, адже збут олії та шроту краще налагоджений як усередині країни, так і за її межами. З іншого боку, виробництво біодизелю не набуло поширення в Україні. Масштабне промислове виробництво його з ріпакової олії можливе за умови залучення інвестицій у будівництво переробних потужностей, формування гарантованого сировинного забезпечення, що передбачає як розширення посівних площ, так і досягнення стабільно високої урожайності ріпаку [7].

**Таблиця 5. Ефективність збуту насіння соняшнику в залежності від концентрації виробництва в Черкаській області, 2012 р.\***

Групи господарств за площею посіву соняшнику, га	Показник						
	середня площа, га	рівень товарності, %	збутові витрати на 1 ц, грн	ціна реалізації 1 ц, грн	прибуток, грн		рівень рентабельності, %
					1 ц	1 га	
до 100	63	122,2	32,79	397,86	103,04	3344,46	35,0
101-200	154	118,2	30,06	353,51	121,60	4206,51	52,4
201-300	253	110,7	21,45	360,56	129,65	3987,40	56,1
301-400	338	110,1	23,88	364,82	123,38	3831,35	51,1
401-500	448	103,7	23,92	373,88	137,84	4162,10	58,4
501-600	549	96,3	32,42	402,28	152,00	4376,80	60,7
601-700	656	104,6	18,22	373,79	103,47	2750,36	38,3
701-800	748	81,3	22,44	432,93	102,01	2396,21	30,8
ТОВ «ПІНЬКИ»	845	87,7	94,70	354,33	-30,75	-542,20	-8,0
ТОВ «ПРОМІНЬ-АА»	911	112,7	14,67	372,36	174,35	8762,61	88,0
ТОВ «МТС «АЛЬФА-АГРО»	944	100,0	46,62	388,86	55,77	1957,46	16,7
ТОВ «ОЛІМП»	972	71,3	50,42	372,43	155,56	4525,94	71,7
СТОВ «ПЕРШОТРАВ-НЕВЕ» <sup>1)</sup>	1018	100,0	1,98	407,60	315,66	11710,96	343,3
ТОВ «АГРОСЕРВІС»	1112	95,3	18,93	355,34	175,96	3018,14	98,1
ТОВ «СПЗ «ЗОЛОТОНІСЬКИЙ»	1244	99,5	13,67	359,64	4,31	90,51	1,2
ТОВ «ЧОРНА КАМ»ЯНКА»	1375	99,9	41,93	357,49	48,22	775,73	15,6
ТОВ «ШПОЛА-АГРО ІНДУСТРИ» <sup>1)</sup>	1400	42,4	227,72	6228,4	5304,58	26088,18	574,2
СТОВ «ЛІНЗ-АГРО» <sup>1)</sup>	1945	121,0	0,00	498,61	354,63	17205,64	246,3
СТОВ «КРАСЕНІВСЬКЕ»	2095	19,0	5,76	367,28	211,69	1133,49	136,1
СТОВ «ЗК «ХОРС»	2788	100,0	21,36	398,00	153,93	3648,12	63,1
ПАТ «НВФ «УРОЖАЙ»	8352	100,0	131,41	366,43	65,03	2359,55	21,6

\* розраховано за даними сільськогосподарських підприємств Черкаської області.

<sup>1)</sup> підприємства реалізують насіннєвий матеріал.

Український ринок сої та продуктів її переробки має величезні перспективи для подальшого розвитку. Зростаючий внутрішній і експортний попит на дану продукцію, а також наявність відповідних ресурсів дають змогу, на думку експертів аграрного ринку, до 2015/16 МР збільшити виробництво цієї перспективної культури до 3,63 млн т, її переробку – до 1,1 млн т, а експорт – до 2 млн т. Найважливіші фактори, що сприятимуть нарощуванню переробки, –

модернізація потужностей із переробки та зберігання, державна підтримка розвитку тваринництва, розробка та впровадження рецептур комбикормів із використанням соєвого шроту. Для зміцнення позицій України на експортному ринку ключовими питаннями стануть розвиток логістики, якість продукції, підвищення культури ведення бізнесу та податкові аспекти [22].

Таблиця 6. Збут насіння ріпаку сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області\*

Показник		2009	2010	2011	2012	2013	
Реалізація, ц		869269	689863	445292	1159577	1443517	
Рівень товарності, %		94,7	106,0	73,7	105,2	95,1	
Повна собівартість 1 ц, грн		195,00	254,31	310,55	292,52	278,75	
в т.ч. витрати на збут		21,22	33,85	37,83	36,33	35,69	
Ціна реалізації 1 ц, грн		221,93	286,01	398,48	382,96	301,02	
Прибуток на 1 га, грн		543,20	631,71	1334,97	2791,88	624,77	
Прибуток на 1 ц, грн		26,93	31,70	87,93	90,44	22,27	
Рівень рентабельності, %		13,8	12,5	28,3	30,9	8,0	
Канали реалізації	переробні організації	%	-	-	2,0	4,8	7,5
		грн	-	-	399,80	381,05	298,18
	орендна плата за паї	%	0,5	-	-	-	-
		грн	330,0	-	-	-	-
	населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	%	1,8	0,3	-	-	-
		грн	181,7	184,3	-	-	-
	на ринку	%	73,0	15,1	0,4	0,5	0,3
		грн	164,8	152,3	328,79	337,47	265,72
	комерційним організаціям	%	24,7	84,6	97,6	94,7	92,2
		грн	249,3	301,7	401,11	382,63	301,01

\* складено за даними [9–13; 15–19].

Ефективність збуту сої товаровиробниками є стабільно прибутковою (табл. 7).

Останніми роками соя стала однією з основних експортних культур після пшениці та кукурудзи в Україні. Найбільшим її імпортером є Китай. Проте протягом останніх років в країні почала активно розвиватися власна переробка сої на корм та олію. Остання користується попитом, оскільки її застосовують у харчовій, косметичній промисловості і для виробництва пластмаси, частина йде на випуск біодизелю. За оцінками Мінагропроду, зараз у країні працює близько 200 переробних підприємств. В середньому, будівництво такого заводу потужністю до 70 тис. т сировини в рік обходиться у 10–15 млн дол. США. Інвестиції в будівництво окупуються швидко – протягом 2–3 років [22].

Основний ринок олійних культур – це 9 найбільших компаній: «Kernel Group», «Cargill», «Оптимус», «ФОН ЗАСС АГ», «Миронівський комбінат хлібопродуктів», промислова група «ViOil», «Bunge», промислова група «Креатив», «Glencore» – на які у 2012 р. припадало 84,1% обсягу виробництва рослинної олії в Україні [14].

Ефективність збутової діяльності сільськогосподарських підприємств Черкащини щодо насіння ріпаку та сої в залежності від концентрації виробництва наведено в табл. 8.

Таблиця 7. Збут сої сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області\*

Показник		2009	2010	2011	2012	2013	
Реалізація, ц		377857	724988	765810	1366669	1171917	
Рівень товарності, %		60,8	84,1	54,7	94,4	85,5	
Повна собівартість 1 ц, грн		190,21	249,49	210,39	264,14	321,80	
в т.ч. витрати на збут		22,56	27,88	27,66	29,56	38,30	
Ціна реалізації 1 ц, грн		265,91	257,95	277,79	339,12	335,79	
Прибуток на 1 га, грн		800,84	165,77	859,02	1252,82	220,09	
Прибуток на 1 ц, грн		75,70	8,46	67,40	74,98	13,99	
Рівень рентабельності, %		39,8	3,4	32,0	28,4	4,4	
Канали реалізації	переробні організації	%	3,4	4,7	4,8	3,6	3,8
		грн	253,88	259,98	262,47	356,15	342,89
	орендна плата за паї	%	-	-	-	-	-
		грн	-	-	-	-	-
	населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	%	-	-	-	-	-
		грн	-	-	-	-	-
	на ринку	%	0,5	1,7	2,5	0,5	0,4
		грн	222,99	250,98	269,07	279,96	275,64
	комерційним організаціям	%	96,1	93,6	92,7	95,9	95,8
		грн	257,34	264,18	279,56	337,76	336,43

\* складено за даними [9–13; 15–19].

Негативною стороною збутової діяльності сільськогосподарських підприємств на ринку зерна та олійних культур є те, що основна частина товарної продукції (близько 70%) реалізується одразу ж після збирання врожаю, хоча найвищий рівень цін спостерігається в квітні-червні (до нового врожаю). Особливо це стосується дрібних та середніх товаровиробників. Причиною цього є накопичення значних боргових зобов'язань перед постачальниками сировинних ресурсів та техніки і відсутність потужностей для зберігання збіжжя (за розрахунками Р.П. Мудрака [8] дефіцит зерносховищ у Черкаській області до обсягу виробництва коливається на рівні 58,9%).

Однією із стратегічних культур, що забезпечують продовольчу безпеку країни є цукрові буряки. До недавнього часу вони давали біля 50% грошової виручки сільськогосподарських товаровиробників Черкащини. Проте через відсутність продуманої державної політики в даній галузі спостерігається катастрофічний занепад її – скорочення посівних площ більш ніж удвічі, що пов'язано з високим рівнем капіталовкладень та значними затратами праці, а з іншого боку, низькими реалізаційними цінами. Ефективність збутової діяльності сільськогосподарських підприємств щодо цукрових буряків подано в табл. 9.

Найбільш несприятливим для розвитку буряківництва в області за останніх 10 років був 2007 р., коли рівень збитковості галузі перевищив 15%. Значною мірою такий стан зумовлений ціновою політикою держави в галузі. Навіть у роки, коли загалом по області виробництво цукрових буряків було прибутковим, показник рівня рентабельності набував мінусового значення майже у третини підприємств. Це зумовило скорочення кількості суб'єктів економічної діяльності, що займалися бурякосіянням, майже вдвічі.



Таблиця 8. Ефективність збуту насіння ріпаку та сої  
сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області  
в залежності від концентрації виробництва, 2012 р.\*

Групи господарств за площею посіву культур, га	Показник						
	середня площа, га	рівень товарності, %	збутові виррати на 1 ц, грн	ціна реалізації 1 ц, грн	прибуток, грн		рівень ре- табельності, %
					1 ц	1 га	
<b>Ріпак</b>							
до 100	57	106,9	31,88	369,25	76,00	2009,00	25,9
101–200	147	106,3	32,42	374,61	89,11	2340,16	31,2
201–300	252	107,2	29,44	383,60	78,91	2290,84	25,9
301–400	338	100,9	13,05	389,31	133,67	4128,76	52,3
401–500	428	101,8	28,30	398,61	96,68	2092,01	32,0
ІП «АГРО-ВІЛЬД УКРАЇНА»	580	134,2	37,34	370,17	193,80	12979,90	109,9
СТОВ «СТАРІЙ КОВРАЙ»	635	98,4	15,43	378,96	15,32	483,73	4,2
СТОВ «АГРОФІРМА «АГРОРОСЬ»	640	87,1	37,32	338,01	38,59	1427,61	12,9
ТОВ «АСКОЛЬД-АГРО ТЕХНА»	771	99,6	19,42	392,27	49,55	1091,18	14,5
ТОВ «ДЗЕНЗЕЛІВСЬКЕ»	865	146,2	9,10	342,57	79,53	2697,65	30,2
ТОВ «ЧОРНА КАМ'ЯНКА»	970	95,2	13,94	404,08	73,23	1492,39	22,1
СТОВ «АГРОФІРМА КОР- СУНЬ»	1033	90,5	8,02	387,64	83,85	2427,44	27,6
ТОВ «КИЩЕНЦІ»	1306	138,5	38,49	401,57	119,66	5352,59	42,4
СТОВ «ЗК «ХОРС»	1393	145,0	31,06	365,06	10,06	342,74	2,8
СТОВ «ЛНЗ-АГРО»	1485	76,1	129,72	487,20	180,17	4855,47	58,7
ПАТ «НВФ «УРОЖАЙ»	5364	100,0	45,65	373,58	105,14	4310,60	39,2
<b>Соя</b>							
до 100	56	119,3	29,10	352,15	76,43	1607,62	27,7
101–200	148	88,8	30,55	329,18	75,62	1185,31	29,8
201–300	244	94,6	30,47	332,53	64,36	1045,30	24,0
301–400	355	87,6	21,54	378,05	101,16	1462,89	36,5
401–500	436	97,7	24,33	335,97	34,25	572,94	11,4
501–600	530	108,9	25,84	344,51	97,91	1828,76	39,7
601–700	660	116,4	20,58	260,68	99,55	1773,09	61,8
701–800	788	171,4	43,76	294,01	81,78	1815,21	38,5
801–900	833	91,1	16,88	364,10	96,95	1189,46	36,3
901–1000	965	115,5	14,03	196,77	-37,90	-797,58	-16,2
СПП «БІЛЕ ОЗЕРО»	1264	123,0	23,11	348,59	57,74	1426,97	19,9
ТОВ АГРОФІРМА «ЗОЛЯ»	1392	84,4	0,77	461,58	248,26	3689,35	116,4
ТОВ «ЧОРНА КАМ'ЯНКА»	1878	94,2	18,83	379,88	140,83	2015,94	58,9
ТОВ «КИЩЕНЦІ»	2220	134,5	18,00	273,88	90,44	2408,62	49,3
ІП «АГРО-ВІЛЬД УКРАЇНА»	2231	123,0	55,40	333,88	72,18	1980,50	27,6
СТОВ «АГРОФІРМА КОР- СУНЬ»	2282	86,3	4,97	357,72	169,73	3251,07	90,3
ПАТ «НВФ «УРОЖАЙ»	2894	125,0	101,31	320,72	68,30	2177,18	27,1
СТОВ «ЗК «ХОРС»	3281	4,1	19,23	275,31	55,72	28,34	25,4
ТОВ «АТЛАНТИК ФАРМЗ ІІ»	4102	119,8	0,00	330,70	48,38	1251,55	17,1
СТОВ «ПАЛЬМІРА»	5336	99,2	28,98	369,52	79,73	1337,07	27,5

\* розраховано за даними сільськогосподарських підприємств Черкаської області.

Протягом досліджуваного періоду максимальний рівень товарності продукції був досягнутий у 2009 р. – 84,4%. Проте значна частка вітчизняної цукросировини передається бурякосіючими сільськогосподарськими підприємствами для переробки на давальницьких засадах. Загалом, буряківництво в сільськогосподарських підприємствах регіону протягом 2009–2013 рр. було прибутковим. Характерно, що основна частка виробництва цукрових буряків сконцентрована в сільгоспідприємствах тих районів, де розташовані діючі цукрові заводи, а також прилеглих до них районів (Жашківському, Золотоніському, Корсунь-Шевченківському, Маньківському, Лисянському та Чорнобаївському). Пояснюється це необхідністю зменшення транспортних витрат у собівартості коренеплодів, що при значній віддаленості від переробного підприємства знижує ефективність виробництва, а також тим, що близько чверті усіх бурякосійних господарств області разом зі згаданими цукровими заводами входили до складу цукробурякових аграрно-промислових формувань [21].

Таблиця 9. Збут цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області\*

Показник		2009	2010	2011	2012	2013	
Реалізація, ц		4781874	5932695	9286478	8982053	3582132	
Рівень товарності, %		84,4	64,7	68,3	63,8	77,8	
Повна собівартість 1 ц, грн		25,75	36,56	29,70	32,66	35,89	
в т.ч. витрати на збут		0,80	2,30	1,81	1,61	3,86	
Ціна реалізації 1 ц, грн		33,77	43,95	52,98	48,55	40,85	
Прибуток на 1 га, грн		2379,26	1285,22	6018,24	4824,55	1639,64	
Прибуток на 1 ц, грн		8,02	7,39	23,28	15,92	4,96	
Рівень рентабельності, %		31,2	20,2	78,4	48,8	13,8	
Канали реалізації	переробні організації	%	73,5	88,1	94,6	94,9	99,6
		грн	33,5	44,69	53,74	48,09	40,86
	орендна плата за паї	%	-	-	-	-	-
		грн	-	-	-	-	-
	населенню, в т.ч. в рахунок оплати праці	%	-	-	-	-	-
		грн	-	-	-	-	-
	на ринку	%	0,8	-	-	-	-
		грн	29,2	-	-	-	-
	комерційним організаціям	%	25,7	11,9	5,4	5,1	0,4
		грн	27,0	25,1	39,06	37,36	35,75

\* складено за даними [9–13; 15–19].

Розвитку буряківництва на території Черкаської області сприятиме будівництво нових та модернізація потужностей діючих переробних підприємств, оскільки переважна більшість районів регіону із сприятливими умовами для виробництва цукрової сировини не мають можливості її реалізації.

Рівень концентрації виробництва цукрових буряків матиме позитивний вплив на збільшення розміру прибутку на 1 га (табл. 10).

Важливим напрямком у розвитку ринку сільськогосподарської продукції в Україні є ефективне функціонування системи біржової торгівлі. Проте її розвиток гальмується відсутністю в товаровиробників однорідної сертифікованої продукції високої якості та їх небажанням через наявність точно визначеної

біржової ціни сплачувати податки в повному обсязі [2]. На даний час сільськогосподарські підприємства Черкащини практично не використовують біржові канали реалізації, а надають перевагу позабіржовому ринку, хоч біржові ціни в середньому на 20–25% вищі. Враховуючи існуючий рівень рентабельності, товаровиробники втрачають більше половини прибутку. Для посилення ролі товарних аграрних бірж потрібно розвивати на них форвардні і ф'ючерсні операції, за яких покупець збіжжя оплачує частково (авансом) чи повністю його вартість. В Україні є певний досвід біржових операцій з форвардними контрактами, які є етапом переходу до ф'ючерсно-опціонних операцій. Однак за форвардними контрактами продається дуже мало збіжжя, а за ф'ючерсними практично не продається взагалі. Зазначимо, що в багатьох країнах у такий спосіб продається половина продукції.

**Таблиця 10. Ефективність збуту цукрових буряків у залежності від концентрації виробництва сільськогосподарськими підприємствами Черкаської області, 2012 р.\***

Групи господарств за площею бурякового поля, га	Показник						
	середня площа, га	рівень товарності, %	збутові витрати на 1 ц, грн	ціна реалізації 1 ц, грн	прибуток, грн		рівень рентабельності, %
					1 ц	1 га	
до 50	31	76,1	1,25	37,30	7,35	2182,35	24,6
51–100	73	60,4	2,31	41,51	10,02	2768,19	31,8
101–150	131	60,1	3,63	38,91	0,01	1,52	0,0
151–200	166	80,9	1,65	37,31	8,00	3191,37	27,3
201–250	223	87,4	6,87	38,92	7,47	2351,69	23,8
301–350	328	65,0	0,00	44,54	6,33	1671,49	16,6
ТОВ «ОБЕРІГ-ІНВЕСТ»	444	100,0	1,09	53,08	27,91	12049,55	110,9
ТОВ «КИЩЕНЦІ»	533	39,8	0,97	44,18	15,72	3381,24	55,2
ТОВ «АСКОЛЬД-АГРО ТЕХНА»	712	51,3	13,68	56,47	8,48	2382,30	17,7
СТОВ «АГРОКО»	780	100,0	12,51	38,48	-11,94	-4320,51	-23,7
ТОВ «ДЗЕНЗЕЛІВСЬКЕ»	800	100,0	1,27	33,12	-7,50	-2964,00	-18,5
ПП «ШАНС»	1464	100,0	0,33	52,95	-0,65	-368,85	-1,2
СТОВ «ВІЛЬШАНКА»	2400	100,0	0,27	53,28	32,43	18790,13	155,6
СТОВ «АГРОФІРМА КОРСУНЬ»	3773	99,2	0,95	49,98	14,06	5858,47	39,2
СТОВ «АФ ЗЛАГОДА»	5251	94,6	0,70	50,04	23,91	12200,53	91,5

\* розраховано за даними сільськогосподарських підприємств Черкаської області.

Аналіз діяльності аграрних підприємств Черкащини дає підстави для висновку, що маркетингові функції в господарстві виконуються здебільшого керівниками, які є також і власниками. При прийнятті рішень останні орієнтуються переважно на власний досвід та обмежений обсяг інформації, що надходить з різних джерел і не має регулярного характеру. Це призводить до спотвореного сприйняття ситуації на ринку та невважених управлінських рішень. Поліпшення ситуації, на нашу думку, можливе за рахунок покращення інформаційного забезпечення господарств шляхом застосування комплексного підходу, який включає об'єднання зусиль державної консультацій-

ної служби, що створена у складі управліннь агропромислового розвитку в регіонах; маркетингового міжгосподарського кооперативу; маркетингових підрозділів в організаційній структурі підприємств.

Умовою ефективної маркетингової (збутової) діяльності є визначення рівноваги між маркетинговими цілями й маркетинговими можливостями і ресурсами агрофірм, тобто ефективне маркетингове планування. В його основу слід покласти органічне поєднання виробництва, задоволення потреб споживачів і розвиток підприємства. Таким чином, основою виробничої діяльності підприємства повинна бути маркетингова програма, що включає в себе основні напрями та позиції, які могли б дозволити успішно працювати на ринку.

**Висновки.** Одержані результати свідчать про відносно ефективну збутову діяльність господарств Черкаської області в галузі рослинництва, яка забезпечила досить високий рівень окупності вкладених ресурсів. Основними покупцями даного збіжжя виступають переробні підприємства та комерційні організації. Господарства надають перевагу позабіржовому ринку, хоча біржові ціни на продукцію в середньому на 20–25% вищі. На наш погляд, підприємства ще не повною мірою використовують потенціал маркетингу як ринкової теорії управління, а отже мають можливість значно підвищити ефективність своєї господарської діяльності за допомогою нього. Головними чинниками підвищення ефективності збутової діяльності товаровиробників є: продуманий підхід до спеціалізації і концентрації виробництва; будівництво нових і модернізація потужностей діючих переробних підприємств та елеваторів; вдосконалення інформаційно-консультаційного забезпечення товаровиробників; розвиток біржової торгівлі; здійснення планування господарської діяльності на засадах маркетингу.

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств: теорія, методика, аналіз: Монографія. – 2-ге вид., без змін. – К., 2006. – 292 с.

2. Горлачук В.В., Коваленко О.Ю. Перспективи розвитку ринку сільськогосподарської продукції в Україні, 2012 // lib.chdu.edu.ua.

3. Губенко В.І. Маркетинговий менеджмент аграрних підприємств і ефективність виробництва // Вісник ХНТУСГ: Збірник наук. праць Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2011. – Вип. 113. – С. 3–8.

4. Денков Д. Сезон зернотрейдера. 2014 // www.epravda.com.ua.

5. Красноруцький О.О. Принципи побудови систем збуту та розподілу продукції сільськогосподарських підприємств // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. – Серія: Економічні науки. – 2013. – №5. – С. 56–66.

6. Ларіна Я.С. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК: Монографія. – К.: Преса України, 2008. – 336 с.

7. Маслак О. Ріпак – стратегічна культура, 2012 // www.agro-business.com.ua.

8. Мудрак Р.П. Розвиток складської інфраструктури зернової галузі, як ключова умова повноцінного функціонування національного продовольчого ринку // Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. – 2014. – Вип. 86. – С. 14–19.

9. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2009 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2010. – 101 с.

10. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2010 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2011. – 101 с.

11. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2011 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2012. – 101 с.

12. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2012 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2013. – 101 с.

13. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2013 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2014. – 101 с.
14. *Пилявець В.М.* Сучасні тенденції розвитку олієжирового підкомплексу України // Збірник наук. праць Вінницького національного аграрного університету.– Серія: Економічні науки.– 2013.– Вип. 4. – С. 156–165.
15. Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2009 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2010. – 124 с.
16. Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2010 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2011. – 124 с.
17. Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2011 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2012. – 124 с.
18. Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2012 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2013. – 124 с.
19. Реалізація продукції сільськогосподарських підприємств Черкащини в 2013 році: Статистичний щорічник / Під. заг. кер. А.О. Божка. – Черкаси, 2014. – 124 с.
20. *Сакун А.Ж.* Канали розподілу продукції, 2014 // [intkonf.org](http://intkonf.org).
21. *Смолій Л.В.* Інвестиційне забезпечення розвитку буряківництва у сільськогосподарських підприємствах: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04. – Умань, 2011. – 22 с.
22. *Сніжкова А.* Така приваблива та перспективна соя, 2014 // [www.propozitsiya.com](http://www.propozitsiya.com).
23. *Соловійов І.О.* Агрмаркетинг: системна методологія, реалізація концепції: Монографія. – Херсон: Олді-плюс, 2008. – 384 с.
24. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: Практ. посібник / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.

Стаття надійшла до редакції 10.03.2015.