

3. Запропонований метод дозволяє за обмеженої наявності даних отримати об'єктивні результати ефективної діяльності підприємств.

4. За більш глибокого аналізу наявних ресурсів і результативних показників підприємств з урахуванням різних природно-кліматичних зон, різної структури посівів сільськогосподарських культур необхідно використовувати різні методи економічного аналізу.

5. Під час проведення розрахунків з використанням методу DEA можуть виникнути деякі проблемні питання, які слід враховувати:

- виключення з моделі важливих видів ресурсів може призвести до певних неточностей результативних показників;
- включення додаткових одиниць спостереження може призвести до зміни значень показників ефективності;
- під час аналізу певних ресурсів і видів продукції підприємств або їх сукупності, як за їх неоднорідності, кінцеві результати можуть мати деякі похибки;
- доцільно враховувати вплив інших зовнішніх факторів, які можуть суттєво вплинути як на процес виробництва продукції, так і на результативні показники ефективності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Федотов Ю.В. Методы и модели построения эмпирических производственных функций / Ю.В. Федотов. – СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007.
2. Светлов Н. Оценка функции полезности сельскохозяйственного предприятия посредством линейного программирования / Н. Светлов. – М.: Никон. чтения, 2002.
3. Charnes A. Measuring the Efficiency of Decision Making Units / A. Charnes, W. Cooper, E. Rhodes // European Journal of Operational Research. – 1978. – Vol. 2. – P. 429–444.
4. Boles J.N. Efficiency Squared – Efficiency Computation of Efficiency Indexes? / J.N. Boles // Proceedings of the 39th Annual Meeting of the Western Farm Economics Association. – 1966. – P. 137–142.
5. Afriat S.N. Efficiency Estimation of Production Functions / S.N. Afriat. // International Economic Review. – 1972. – Vol. 13. – P. 568–598.
6. Новожилов А.А. Использование метода DEA для анализа эффективности перерабатывающей отрасли / А.А. Новожилов // Современные наукоемкие технологии. – 2009. – № 2. – С. 43–44.
7. Сільське господарство України: Статистичний збірник. – К., 2010.

Использование метода *Data Envelopment Analysis* (DEA) для определения эффективности использования ресурсов отрасли растениеводства сельскохозяйственных предприятий Украины

Б.П. Дмитрук, Т.Б. Витряк

Исследована суть технической эффективности деятельности совокупности предприятий и возможности применения ее в анализе. Рассмотрены методологические аспекты метода *Data Envelopment Analysis* (DEA) для определения эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий. Проведен анализ технологической эффективности ресурсов отрасли растениеводства сельскохозяйственных предприятий Украины в разрезе областей.

Ключевые слова: эффективность, непараметрический, минимизация затрат, максимизация объема, программирование, коэффициент эффективности, уровень производства.

Using *Data Envelopment Analysis* (DEA) to determine the efficiency of resource use crop agricultural enterprises in Ukraine

B. Dmitruc, T. Vitryac

The essence of the technical performance of aggregate firms and its applicability in the analysis are explored. The methodological aspects of the method of *Data Envelopment Analysis* (DEA) to determine the technological efficiency of agricultural enterprises are considered. The technological resources effectiveness of agricultural enterprises in Ukraine in terms of regions is explored.

Key words: efficiency, non-parametric method, minimization, charges, maximization, volumes, programming, possibilities, coefficient of efficiency, level of production.

УДК 339.187:338.439 (476)

ПАСКА І.М., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті розглядається система збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами. Особлива увага приділяється використанню зарубіжного досвіду в удосконаленні збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: збут, ціна, продукція, сільськогосподарські підприємства, оптові ринки.

Постановка проблеми. Із втратою державної системи контрактації сільськогосподарської продукції інфраструктура збуту продукції виявилася неспроможною забезпечити ефективне функціонування аграрного ринку. З'явилося багато комерційних посередницьких структур, які не мали відповідної матеріально-технічної бази і купували продукцію за непрозорими схемами, що призвело до значної тінізації ринку.

Ефективність організації каналів збуту сільськогосподарської продукції за умови оптимальної ціни та вміння орієнтуватися й враховувати кон'юнктурні зміни на окремих ринках продуктів є однією з головних передумов економічної ефективності сільськогосподарського виробництва.

Для правильного прийняття рішення щодо вибору каналу збуту (маркетингового ланцюга), для виробників сільськогосподарської продукції важливо мати достатньо інформації про ціни, тенденції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Водночас, необхідно чітко орієнтуватися у проблемах маркетингу, які можуть виникати в процесі реалізації продукції.

Особливо значущою стає організація ефективних, із погляду принципів маркетингу, каналів просування сільськогосподарської продукції до споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науці різним аспектам збутової діяльності аграрних формувань приділяли значну увагу М.Я. Дем'яненко, О.І. Здоровцов, В.В. Зіновчук, О.В. Крисальний, П.О. Лайко, І.І. Лотоцький, І.І. Лукінов, Л.М. Левківська, В.І. Мацибора, Л.В. Молдаван, П.О. Мосіюк, М.К. Орлатий, І.В. Прокопа, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин та ін. вчені.

Водночас в умовах становлення вітчизняної ринкової економіки деякі проблеми потребують нового наукового розв'язання. Це стосується як теоретичних засад, принципів формування, так і методів підвищення ефективності збутової діяльності за взаємодії аграрного виробництва. Актуальним, із практичного погляду, є впровадження організаційно-економічних механізмів інфраструктурного забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств на перспективу.

Мета дослідження – здійснити оцінку системи збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами та запропонувати шляхи її удосконалення.

Методи дослідження. Дослідження виконували за допомогою абстрактно-логічного – під час постановки мети і завдань дослідження, розробки наукової гіпотези; монографічний – під час вивчення літературних джерел, законодавчих чи інших нормативно-правових актів і практики аграрного сектору економіки; структурно-функціональний – для аналізу змін, що відбуваються в сільському господарстві країни за здійснення аграрної реформи; логіко-семантичний – під час обґрунтування теоретичних положень щодо сутності системи збуту сільськогосподарської продукції; за допомогою методу порівняльного аналізу визначено відмінності у системах збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами в Україні та країнах з розвинутою ринковою економікою.

Результати дослідження та їх обговорення. До початку 90-х років ХХ століття оптову ланку на сільськогосподарських ринках було представлено державними заготівельними організаціями та споживчою кооперацією. В нинішніх умовах роль цієї традиційної ланки зменшується. Нині зростає роль торгово-посередницьких структур, що відображається в статистичній звітності як реалізація «за іншими напрямками» (рис. 1).

Основною причиною незначного обсягу продажу продукції сільськогосподарськими підприємствами безпосередньо переробним підприємствам є те, що останні не мають достатніх обігових коштів для збільшення обсягів закупівлі сировини. З цієї причини вони не роблять запасів готової продукції і часто працюють за давальницькою схемою. Заборгованість переробних підприємств, за розрахунками, за поставлену сировину порушує нормальний процес функціонування всього вертикального ланцюжка агропромислового виробництва [1].

Відсутність розвинутої ринкової інфраструктури, стабільних зв'язків із контрагентами призводить і до іншої крайності: виробники орієнтуються на переробні підприємства, свідомо йдучи на втрати від реалізації продукції за рахунок низьких цін або надмірно тривалих строків її оплати. Особливо це спостерігається під час реалізації м'ясної та молочної продукції.

На відміну від економічно розвинутих країн не набули широкого поширення реалізація через систему бірж, через оптові ринки та пряме постачання переробним підприємствам.

Причинами слабого розвитку біржової торгівлі є факти "тіньової" домовленості між партнерами (виробником продукції і покупцем), відсутність належних формувань ринкової інфраструктури, наближених до господарств виробників, що дало б змогу впроваджувати ефективні форми торгівлі, а

також створення перешкод регіональними виконавчими органами влади вільному руху зерна, високі тарифи на транспортування вантажів та ін. Однак, враховуючи зарубіжний досвід біржової діяльності, слід очікувати, що в процесі еволюції вітчизняної біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією сама логіка і хід її розвитку в країні переконують суб'єктів господарювання у вигідності створення та функціонування товарних бірж із закритим типом організації торгів.

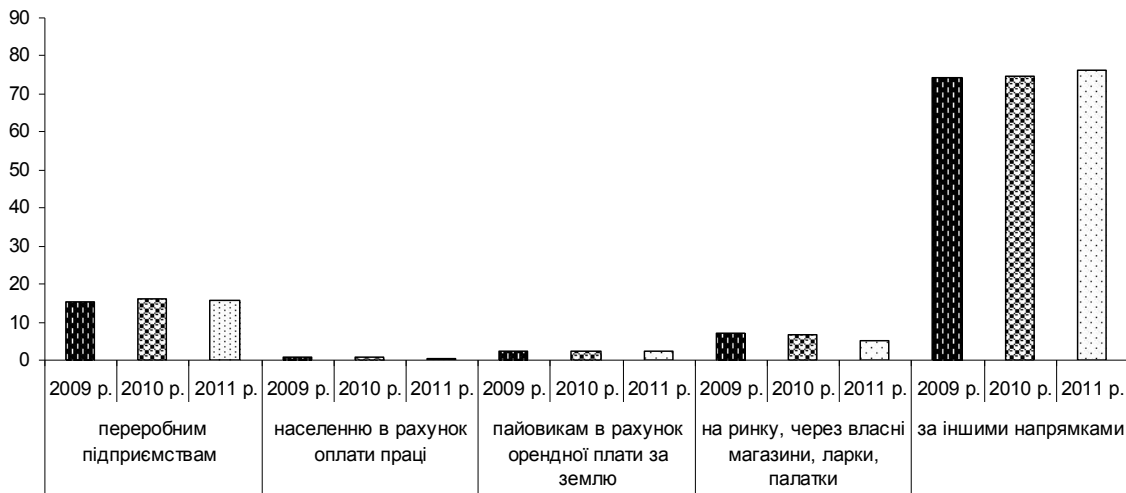


Рис. 1. Структура реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами
Джерело: [7].

Незважаючи на те, що рівень закупівельних цін переробними підприємствами значно вищий ніж за «іншими напрямками», особливості оподаткування діяльності, а також високі транспортно-збутові витрати змушують сільськогосподарські підприємства орієнтуватися на торгово-посередницькі структури, які ще й кредитували виробників (рис.2).

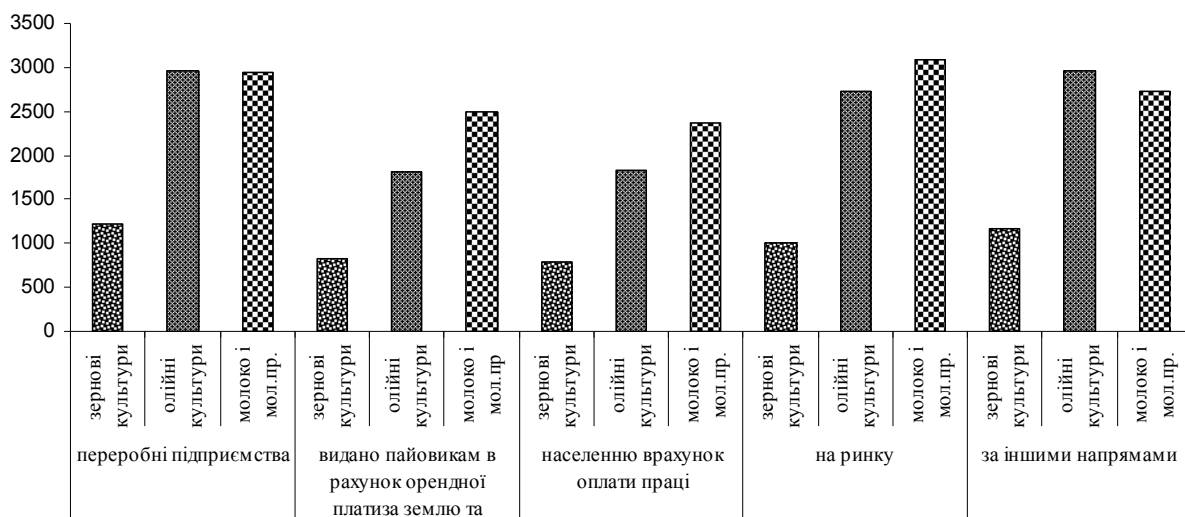


Рис. 2. Середні ціни на канали реалізації сільськогосподарської продукції за всіма напрямками реалізації, грн/т
Джерело: [7].

Така ситуація викликана особливостями існуючої системи оподаткування, економією на збутових витратах, наявністю системи стимулювання з боку торгово-посередницьких структур та відсутністю приміщень для зберігання вирощеної сільськогосподарської продукції.

Зарубіжний досвід показує, що саме в продуктовому ланцюжку на рівні оптових ринків присутність спеціалізованої посередницької ланки є економічно обґрунтованим, оскільки дозволяє досягти економії за рахунок концентрації оптових постачальників в одному місці і стабілізації цін.

Збутова діяльність сільськогосподарських підприємств більшості країн з ринковою економікою має багатоступеневу галузеву структуру, в рамках якої продукція здійснює товарорух від товаровиробника до споживача. При цьому первинні товаровиробники одного профілю можуть утворити галузеве об'єднання або загальнонаціональний союз, які слугують інструментом антимонопольної дії, забезпечуючи захист своїх інтересів, створюючи альтернативний канал збуту продукції і деякою мірою стримуючи падіння рівня закупівельних цін [2].

За організації оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією найбільш поширені такі форми:

- контракція сировини і свіжих продуктів у товаровиробників переробними і торговими компаніями;
- реалізація сільськогосподарської продукції та продовольства через систему оптових продовольчих ринків;
- поставка продукції за прямими зв'язками в рамках міжгалузевих угод між сільськогосподарськими товаровиробниками та великими споживачами продукції;
- біржова торгівля стандартизованою продукцією, в тому числі за строковими угодами за відсутності реального товару;
- продаж сільськогосподарської продукції товаровиробником торговельним компаніям або агентам переробних і торговельних організацій;
- продаж продукції або здача її під заставу державним установам, а також збут закупленої ними продукції [3].

Із перерахованих вище форм збуту сільськогосподарської продукції найбільшого поширення набула контракція. Вона охоплює, перш за все, збут тих продуктів сільського господарства, попит на які відносно стабільний. Крім того, контракція поширюється на продукти, що вимагають швидкого використання і реалізації. Контрактна система рідко зачіпає виробництво і збут сільськогосподарських продуктів різнобічного призначення. Вона передбачає укладення договорів між фермерами та підприємствами-інтеграторами (харчовими, комбікормовими, торговими організаціями) на виробництво і збут певних видів продукції.

Зарубіжний досвід показує, що контрактна система сприяє підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва, стимулює зростання продуктивності праці та зниження витрат. Вона виступає засобом концентрації дрібнотоварного виробництва в аграрному секторі, дає можливість організувати виробництво за єдиним планом, за загальними вимогами до якості товарів та їх стандартів.

У більшості західноєвропейських країн, а також в США, Японії і деяких інших країнах діяльність зі збуту продукції, постачання засобами виробництва, обслуговування здійснюється через кооперативи. Збутові кооперативи створюються для захисту інтересів товаровиробників у сфері збуту. Імпульсом до подібної збутової діяльності слугує постійне перевищення пропозиції над попитом і прагнення впливати на ринкову кон'юнктуру в своїх інтересах.

У розвинених країнах (США, Канада, Німеччина, Бельгія, Австралія) важливу роль у збуті сільськогосподарської сировини грають товарні біржі. Біржова торгівля сировиною охоплює майже всі види тваринницької продукції і значну частину продукції рослинництва. Товарна біржа є комерційним підприємством, регулярно функціонуючим ринком товарів із певними характеристиками.

Статистика ЄС свідчить, що роль біржі в оптовій торгівлі на продовольчому ринку зростає, хоча частка сільськогосподарських товарів у загальній кількості угод за останні десятиліття знизилася з 80 до 40%.

Незважаючи на швидкий розвиток контракції і кооперативного обміну, важливу роль в оптовій торгівлі відіграють оптові продовольчі ринки і аукціони. У Франції на оптових ринках реалізується 45% овочів і фруктів, більше 50% яєць і поголів'я великої рогатої худоби, 3/4 овець, 1/5 свиней. У Німеччині фермери продають оптовим торгово-посередницьким структурам понад 60% овочів, фруктів і худоби, майже всю картоплю і 50% яєць [4].

На оптових продовольчих ринках складаються внутрішні ринкові ціни на овочі, фрукти і картоплю, худобу і м'ясо, яйця, молочні продукти, рибу та ін. Ціни оптових ринків слугують орієнтиром для всіх інших каналів збуту тваринницької продукції і, зокрема, для встановлення контрактних розцінок, а також підтримуваних державою гарантованих цін.

Оптові ринки країн ЄС бувають спеціалізованими і універсальними. Універсальні оптові ринки представляють собою змішані державно-приватні підприємства.

Спеціалізовані ринки торгують переважно продукцією одного виду. Широко поширена й інша форма оптових ринків – аукціони, на яких вирощені фермерами жива худоба, овочі, фрукти, квіти і т. п. продаються підприємствам переробної промисловості та роздрібною торгівлі.

Аукціонний продаж має ряд переваг для продавця і покупця. Продавець швидко збуває велику партію товару, не вдаючись до продажу в кредит. Покупець купує товар з перших рук, як правило, за помірними цінами. Ціни на аукціонах встановлюються конкуренцією покупців.

В Україні основними постачальниками на оптових ринках виступають оптовики, товаровиробники та їх об'єднання, компанії харчової промисловості. Покупці представлені як великими оптовими компаніями, так і більш дрібними оптовиками, які закупають сільськогосподарську сировину у товаровиробників і підприємств харчової промисловості [5].

Поступово відбувається модифікація торгівлі, створюються нові її форми: ряд магазинів, об'єднання, торгові комплекси, відбувається злиття торгівлі із переробкою. Однак, на відміну від розвинених країн, де має місце науково обґрунтована стратегія маркетингу, в умовах перехідної економіки ринкові структури виникають поки стихійно [6].

Порушення традиційних зв'язків, труднощі збуту спонукають виробників-продавців до стихійного пошуку нових покупців, змушують їх пристосовуватися до нових ринкових умов. З одного боку, отримавши свободу самостійно вибирати покупця, виробники розширюють коло своїх постійних клієнтів, починають вдаватися до послуг приватників, самостійно виводять продукцію в інші регіони, з іншого – надмірна диверсифікація каналів збуту нерідко пояснюється тим, що побоюючись не знайти збуту своєї продукції, виробники готові продати її будь-якому покупцеві, навіть на не вигідних економічних умовах. У багатьох регіонах виникають нові або нетрадиційні канали руху продукції: реалізація продукції через власну роздрібну мережу, прямі поставки в роздрібні магазини, в заклади громадського харчування, реалізація на ринках та торговельно-посередницьких структурах, які пропонують більш вигідні умови угод, пов'язані з негайною оплатою та оплатою готівкою.

Поряд з використанням нетрадиційних каналів збуту виробники поступово переходять на нові контрактні відносини. У першу чергу до них можна віднести форвардні угоди, які виступають у вигляді товарного кредиту, що надається приватними компаніями. Товарний кредит, з одного боку, дозволяє отримувати необхідні для проведення посівної та збирання врожаю обігові кошти, з іншого – пов'язує виробників зобов'язаннями з постачання продукції на гірших умовах порівняно з тими, що складаються на момент розрахунків за кредит на вільному ринку.

Висновки. Відсутність ринкової інфраструктури та труднощі збуту, пов'язані з низькими закупівельними цінами, заборонами на вивіз продукції, монополізмом переробників, призводять до того, що багато виробників організовують переробку сировини безпосередньо в господарстві і реалізують вже готову продукцію. Сільськогосподарські виробники, які не мають можливості організувати власну переробку, широко використовують «давальницьку» практику для подальшої самостійної реалізації готової продукції.

Таким чином, у сільськогосподарських виробників розширюються функції і номенклатура продукції, що дозволяє краще орієнтуватися в умовах сформованої ринкової інфраструктури. Така тенденція має місце і в практиці роботи великих західних продовольчих компаній.

Переробні підприємства починають відчувати конкуренцію з боку дрібних переробних цехів, які виникають в місцях виробництва сировини. Конкурентоспроможність останніх в короткостроковому плані досягається за рахунок більш низької собівартості (переробка власної сировини), економії на збуті (власна роздрібна мережа, продаж на ринку), економії на робочій силі.

Водночас за своїми якісними характеристиками міні-цехи із переробки продукції суттєво поступаються великим переробним підприємствам. У перспективі залишаться ті з них, які зможуть випустити якісну конкурентоспроможну продукцію і займуть стабільну асортиментну нішу на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Давиденко К.В. Розвиток підприємництва в агропромисловому виробництві / К.В. Давиденко // Економіка АПК. – 2004. – № 9. – С. 61–67.
2. Павлик В.П. Собівартість і реалізація продукції у формуванні аграрного ринку / В.П. Павлик // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 147–152.
3. Струк Н.Р. Управління постачанням в логістичних системах підприємств АПК: практичний аспект / Н.Р. Струк // Вісник Львів. держ. аграр. ун-ту: Економіка АПК. – 2006. – № 13. – С. 74–79.

4. Копитець Н.Г. Особливості функціонування оптових продовольчих ринків у зарубіжних країнах / Н.Г. Копитець // Науковий вісник НАУ. – 2007. – Вип. 110, ч. 1. – С. 130–134.
5. Федорчук О.М. Щодо функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції / О.М. Федорчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – № 2. – С. 70–75.
6. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / За ред. акад. О.М. Шпичака. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 340 с.
7. Сільське господарство України. Статистичний збірник, 2011. – 385 с.

Современное состояние и проблемы сбыта продукции сельскохозяйственными предприятиями

И.Н. Паска

В статье рассматривается система сбыта продукции сельскохозяйственными предприятиями. Особое внимание уделяется использованию зарубежного опыта в совершенствовании сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: сбыт, цена, продукция, сельскохозяйственные предприятия, оптовые рынки.

Current situation and problems of sales agricultural production

I. Paska

We consider the system of marketing agricultural enterprises. Particular attention is given to the use of foreign experience in improving sales of agricultural enterprises.

Key words: sales, price, production, farms, wholesale markets.

УДК 681.3:339.138

САВЧУК О.В., здобувач

Науковий керівник – **ЮХИМЕНКО П.І.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАСІННИЦЬКОЇ ГАЛУЗІ ОВОЧЕВИХ КУЛЬТУР НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

У статті проаналізовано стан насінницької галузі. Розглянуто залежності та силу впливу різноманітних факторів на виробництво насіння овочевих культур.

Ключові слова: кореляційний аналіз, ринок, насіння, рентабельність, коефіцієнт множинної детермінації, маркетинг.

Постановка проблеми. Хаотичний ринок овочевої продукції призводить до високих ризиків його учасників. Враховуючи те, що ринок насіння є похідним від ринку овочів, та використовуючи відповідну методологію, можна чітко прослідкувати та передбачити основні тенденції виробництва насіння овочевих культур та попит на них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема насінництва овочевих культур приділялась увага таких вчених: Яровий Г.І., Кузьоменський О.В., Плужніков О.М. та ін. Але сучасна внутрішня та зовнішня політика держави щодо цієї галузі, потреба в забезпеченні населення якісною овочевою продукцією та інші фактори вимагають посилення уваги питанню формування попиту на насіння овочевих культур. В дослідженні використовувалися матеріали Державного комітету статистики України та Української державної насінневої інспекції [1].

Мета дослідження – дослідити ринок насіння овочевих культур. Розглянути залежність та ступінь взаємного впливу виробництва насіння овочевих культур та виробництво овочевої продукції. Проаналізувати стан насінницької галузі.

Методика дослідження. В роботі використані такі статистичні методи аналізу, як кореляція та множинна детермінація, графічний метод.

Результати дослідження та їх обговорення. Пропозиція овочів на внутрішньому ринку країни формується, в основному, за рахунок вітчизняного виробництва, яке сконцентроване переважно в господарствах населення, їхня частка в загальному обсязі виробництва становить 88,1% (2010 р.), сільськогосподарськими підприємствами відповідно виробляється 11,9% овочів □1□. При цьому у виробництві овочів намітилася тенденція до різкого зниження частки сільськогосподарських підприємств. Якщо в 1990 році на них припадало 69,4%, а на господарства населення – 30,6% площ посіву, то в 2003 році відповідно 13,7 і 86,3 %. За вказаний період валове виробництво овочів у суспільному секторі зменшилося з 73,1 до 12,7 %, а в приватному збільшилося з 26,9 до 87,5 % і надалі збільшується (рис. 1).

Тому зростання обсягів виробництва овочевої продукції в приватному секторі потребує використання різноманітних факторів впливу, наприклад, пошуку і впровадження нових форм заготі-