

Перспективи розвитку аграрного підприємства – виробника експортоорієнтованої продукції

Турчина С.Г.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції
Сумського національного аграрного університету

У статті досліджено особливості умов формування та розвитку експортоорієнтованої діяльності успішного аграрного підприємства Київської області. Встановлено, що основними експортними продуктами є зернові та олійні культури, однак вирощування та реалізація малопоширених (нішевих) культур для аграріїв гарантує додаткові прибутки та вирішує низку агрономічних проблем. Обґрунтовано пропозиції щодо диверсифікації господарської діяльності ТОВ «Хлібороб» Київської області за рахунок вирощування нішевої культури – гірчиці білої. Розроблено перспективні напрями експортної орієнтації підприємства з реалізації вказаної культури.

Ключові слова: експорт, аграрний сектор, нішеві культури, підприємства аграрного сектору, прибутковість.

Турчина С.Г. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ – ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ЭКСПОРТО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье исследованы особенности условий формирования и развития экспортоориентированной деятельности успешного аграрного предприятия Киевской области. Установлено, что основными экспортными продуктами являются зерновые и масличные культуры, однако выращивание и реализация редких (нишевых) культур для аграриев гарантирует дополнительную прибыль и решает ряд агрономических проблем. Обоснованы предложения по диверсификации хозяйственной деятельности ООО «Хлебороб» Киевской области за счет выращивания нишевой культуры – горчицы белой. Разработаны перспективные направления экспортной ориентации предприятия по реализации указанной культуры.

Ключевые слова: экспорт, аграрный сектор, нишевые культуры, предприятия аграрного сектора, доходность.

Turchina S.G. PROSPECTS OF AGRARIAN EXPORT-ORIENTED MANUFACTURER DEVELOPMENT

The article studies special circumstances of organizing and developing export-oriented activity of successful agricultural business in Kiev State. As a result, main export goods – are corn and oil crops, however, growing and producing of rare (niche) crops for agrarians guarantees additional profits and solves some agronomic issues. Suggestions were found for diversification of the agricultural business activity of “Khliborob” LLC in Kiev State by applying growing of a white mustard seed niche crop. Export oriented prospects of the business were developed for producing of the specified crop.

Keywords: export, agricultural sector, niche crops, agricultural sector enterprise, profitability.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах активізації євроінтеграційної політики держави розкриваються значні можливості закріплення суб'єктами господарювання на рівноправних позиціях частки світового агропродовольчого ринку. Це спонукає виробників до розвитку інноваційних напрямів, здатних забезпечувати конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках. Зважаючи на агрокліматичний і ресурсний потенціал України, до експортоорієнтованого напрямку, крім традиційних, можна віднести виробництво та реалізацію нішевих культур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми здійснення зовнішньоекономічної діяльності, залучення аграрних підприємств до участі в експортних операціях, просування продукції вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників на зарубіжні ринки роз-

глянуто в наукових працях В. Андришина, Т. Бабан, О. Білоус, А. Бондаренко, О. Гаркуші, А. Дем'янченка, Н. Карасьової, С. Кваші, Л. Ліпич, В. Мосейко, Л. Піддубної, О. Ульяновченка, О. Шпичака та інших. Однак, незважаючи на посилену увагу до зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу з орієнтацією на експортний складник, ці проблеми потребують подальших досліджень і розроблення рекомендацій щодо визначення перспективних напрямів господарювання та експорту конкурентоспроможних видів аграрної продукції. Серед останніх можна виділити нішеві (малопоширені) культури, обсяги споживання яких у світі постійно зростають.

Формулювання цілей статті (постановка завдання) Мета статті полягає у дослідженні особливостей розвитку експортної діяльності аграрних підприємств та обґрунтуванні про-

позицій щодо перспективних напрямів виробництва експортоорієнтованої продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними Державної служби статистики України, експорт сільськогосподарської продукції у 2017 р. становив близько 18 млрд. дол. США, що на 16,8% більше показника 2016 р. Реалізовано аграрної продукції на ринки країн світу на суму 15,4 млрд дол. США [1].

Варто відмітити, що з 2010 року наша держава щороку нарощує обсяги експорту зернових. Так, на зарубіжні ринки поставлено у 2017 р. 41,8 млн. т вказаної продукції, що утричі перевищує показники 2010 р. та свідчить про збільшення на 4% порівняно з 2016 р. Також у 2017 р. зафіксовано рекордний обсяг закордонних поставок кукурудзи – 19,4 млн т., що на 12,2% більше у порівнянні з показниками 2016 р. та майже в п'ять разів перевищує результати 2010 р.

Найбільшими покупцями українського зерна у 2017 р. традиційно були країни Азії, Африки, та Європи. Лідируючу позицію у рейтингу найактивніших імпортерів вітчизняних зернових з 2011 року утримує Єгипет.

Значення зовнішньоекономічної діяльності для аграрних підприємств полягає в можливості одержувати валютну виручку від експорту, проте рекордні обсяги експорту зернових культур у 2017 р. внаслідок невисоких світових цін на сировину не принесли рекордної валютної виручки, яка збільшилася у порівнянні з 2016 р. лише на 7%, або на 6,5 млрд дол. США.

Науковцями [2; 3] встановлено, що сьогодні процес формування внутрішніх цін на ринках експортоорієнтованих видів продукції відбувається за таким алгоритмом: орієнтація на рівень цін на крупних біржах світу – встановлення ціни експортного контракту (умова поставки FOB та CPT) – визначення ціни закупівлі продукції на внутрішньому ринку у виробника продукції (умова поставки EXW) з урахуванням логістичних витрат. Водночас на внутрішньому ринку зернових та олійних видів рослинницької продукції відсутні дієві механізми державного цінового регулювання, страхування від цінових коливань, можливості прогнозування цін на внутрішньому та світовому ринках. В умовах зміни цін на світовому ринку експортери та трейдери ризику від таких цінових коливань відображають у вигляді збільшення маржі, яка закладається в різниці між внутрішніми та експортними цінами. Оскільки точкою відліку є експортна ціна, усі цінові ризики нівелюються за рахунок

зменшення ціни закупівлі у безпосереднього виробника. Саме тому виникає нагальна необхідність у державній підтримці сільськогосподарських підприємств.

Оскільки об'єктом нашого дослідження є аграрне підприємство – виробник експортоорієнтованої продукції, то доцільно розглянути особливості щодо розмежування видів продукції рослинництва за ознакою експортної орієнтації. Так, до експортноорієнтованих більшість дослідників відносять виробництво та переробку такої рослинницької продукції, як пшениця, кукурудза, соняшникова олія, соя, ріпак, тобто ту продукцію, обсяги експорту якої мають значну питому вагу. Неекспортоорієнтовані види продукції (картопля, овочі, плоди) споживаються переважно на внутрішньому ринку. Важливим для виникнення експортоорієнтованого напрямку діяльності підприємств аграрного сектору є вплив природних, організаційно-економічних, технологічних та маркетингових чинників [4].

Зважаючи на те, що одним із головних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності є підприємство, для більш глибокого аналізу та оцінки стану визначеної проблеми нами обрано як модельний об'єкт невелике за розміром товариство з обмеженою відповідальністю «Хлібороб», яке знаходиться в Київській області, в Бориспільському районі.

Київська область порівняно з іншими регіонами країни займає лідируючі позиції на ринку сільськогосподарської продукції. У процесі дослідження встановлено, що для Київщини, як і для агропромислового комплексу держави, характерним є домінування у структурі сільськогосподарського виробництва галузі рослинництва (зокрема, зернового напрямку). На початок 2017 р. частка продукції рослинництва у загальному обсязі сільськогосподарського виробництва становила 62,2%.

Проведений аналіз стану господарської діяльності ТОВ «Хлібороб» свідчить про те, що господарство має зернову спеціалізацію з розвиненим виробництвом сої та насіння соняшнику. Підприємство є прибутковим і рентабельним.

В основу оцінки експортоорієнтованості продукції ТОВ «Хлібороб» покладено дослідження продукції, що реалізовується компанією-зернотрейдеру, яка динамічно розвивається, впроваджує передові технології й активно займається реалізацією зернобобової сировини на світові ринки.

Враховуючи те, що сьогодні на ринках агропродовольчої продукції простежується

тенденція до падіння маржі виробництва класичних сільськогосподарських товарів – зернових і олійних, потреба пошуку перспективних високорентабельних ніш, які дозволять прискорити прибутковість капіталу, особливо актуалізується [5]. Крім того, особливе значення для отримання максимального прибутку аграрними підприємствами має оптимізація структури посівів, яка не потребує додаткових інвестицій та сприяє збільшенню виробництва експортоорієнтованої продукції. Українські аграрії дедалі більше уваги приділяють вирощуванню та експорту донедавна менш популярних, але прибуткових малопоширених культур, тому можливою для підвищення ефективності може бути диверсифікація товарних груп та введення до них нішевих видів агропродовольчої продукції. На думку вітчизняних учених і аналітиків ринку, нішеві культури цікаві тим, що у них є свій покупець, відносно стала ціна за стабільного експортного ринку, який легше прогнозувати – він не настільки залежний від попиту на інші продукти [6].

Аналізуючи галузь рослинництва загалом, можемо виділити перелік культур, для яких сьогодні є ніші на світових ринках агропродовольчої продукції. Це пивоварний ячмінь, гарбуз, квасоля, сорго, нут, гірчиця, льон та інші. Слід відмітити, що поряд з овочевими культурами в Україні зростає зацікавленість до вирощування пряно-ароматичних трав, зокрема шафрану.

Щоб займатися вирощуванням нішевих культур, потрібно мати певні агрономічні знання, а також добре відстежувати кон'юнктуру ринку. Лише за цих умов можна сподіватися отримати гарний урожай і вищий прибуток у порівнянні з традиційними сільськогосподарськими культурами.

У будь-якому разі кожна нішева культура по-своєму цікава для сільгосптоваровиробника. Дослідженнями встановлено, що зацікавленість агропідприємств вирощуванням малопоширених культур зумовлена їх високою рентабельністю, а лідерами серед уподобань є гірчиця та льон олійний. У подальшому нами зосереджено увагу на гірчиці.

Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку світового ринку дає змогу констатувати, що Україна посідає четверте місце за обсягами виробництва гірчиці в світі. Найбільше насіння цієї культури щорічно збирають у Канаді – 200 тис. т, Непалі – 150 тис. т, Росії – 90 тис. т, Україні – 40 тис. т, у Чехії і Китаї щорічно виробляється близько 20 тис. т

насіння гірчиці. Українські сільгоспвиробники станом на 01.10.2017 р. поставили на зовнішні ринки 35,4 тис. т насіння гірчиці, що вдвічі перевищує показник 2013 року. За інформацією асоціації «Український клуб аграрного бізнесу», Україна входить до числа найбільших експортерів гірчиці в світі. Також великі обсяги насіння цієї культури поставляють на зовнішні ринки Канада, Росія, Німеччина та Індія. Основними покупцями гірчиці є Німеччина, США, Франція, Непал і Польща.

Доцільно відмітити і те, що гірчиця – не лише експортні гроші, вона як попередник додає 30% урожайності зерновим, а також є сумлінним фітосанітаром [7]. За спостереженнями більшості дослідників, насичення сівозміни цією культурою дає змогу радикально покращити ситуацію щодо забур'яненості, заселеності ґрунту олігофагами та поліфагами.

Відомий фермер-експериментатор із Житомирщини Олексій Язиков у своєму господарстві ТОВ «Жива нива» якраз звертається до якостей гірчиці як сидерата, використовує її для переходу на органічне виробництво. Як природний гербіцид гірчиця захищає посіви навіть від такого агресивного бур'яну, як пирій.

Більшість дослідників наголошують також на високих фітомеліоративних властивостях вказаної культури, зумовлених здатністю під впливом кореневих виділень перетворювати важкодоступні форми фосфорних та калійних елементів мінерального живлення на мобільні і доступні для засвоєння сполуки, пригнічувати розвинутим асиміляційним апаратом бур'яни, радикально покращувати фізико-механічні властивості ґрунту, зважаючи на потужну стрижневу кореневу систему. У світлі вищенаведеного гірчиця біла набуває актуальності і як попередник для більшості культур господарства, тим більше що останнім часом у сучасному вітчизняному агро-виробництві чітко окреслюється очевидна проблема дефіциту відмінних і хороших попередників для провідної культури сівозміни – озимої пшениці [8].

Отже, зважаючи на викладене, пропонуємо ТОВ «Хлібороб» звернути особливу увагу на таку культуру, як гірчиця біла. Гірчиця біла (сидерат) – однорічна олійна рослина. Нормалізує кислотно-лужний баланс ґрунту, може рости на будь-яких ґрунтах, від дуже кислих до лужних. Гірчиця швидко сходить і швидко росте. Оптимальний час вирощування до моменту зрізання – 8–10 тижнів, є гарним медоносом.

Йдеться про незначне скорочення площі посіву під соняшником на користь гірчиці білої. Проведені дослідження дають підстави для обґрунтування пропозиції щодо посіву гірчиці на площі 50 га ріллі. З цією метою пропонується придбання насіння нового сорту «Запоріжанка». Дотримуючись рекомендацій науковцями технології вирощування гірчиці та використовуючи сертифіковане насіння, можна одержати максимальний врожай високої якості. Прогнозована економічна ефективність від вирощування гірчиці показана в табл. 1.

Таблиця 1
Розрахунок прогнозованої економічної ефективності від вирощування гірчиці білої, сорт «Запоріжанка»

| Показники | Значення |
|--|----------|
| Площа посіву, га | 50 |
| Урожайність, ц/га | 22 |
| Збір продукції, ц | 1100 |
| Собівартість виробленої продукції, тис. грн. | 950 |
| Обсяг реалізації, ц | 1000 |
| Ціна реалізації, грн./ц | 1550 |
| Виручка від реалізації, тис. грн. | 1550 |
| Загальна сума прибутку, тис. грн. | 600 |
| в т. ч. на 1 ц, грн.; | 545,45 |
| – на 1 га, грн. | 12000 |
| Рівень товарності, % | 90,91 |
| Рівень рентабельності, % | 63,16 |

Проведені розрахунки є свідченням того, що ТОВ «Хлібороб» із невеликої площі має можливість отримати 600 тис. грн. чистого прибутку від реалізації насіння гірчиці.

Дослідженнями встановлено, що малопоширені культури дають швидкі оборотні кошти, і в період збиральної компанії їх продаж є досить ефективним засобом поповнення бюджету підприємства. Необхідно підкреслити, що значного сезонного коливання цін на них теж немає, а тому їх можна вигідно продавати відразу. За підрахунками вчених, маржинальність по гірчиці перебуває на рівні 60% [7].

На підставі проведеного нами аналізу можемо стверджувати, що ТОВ «Хлібороб» реалізацію сільськогосподарської продукції варто і в подальшому проводити за налагодженою схемою, тобто через посередника-зернотрейдера. Підтвердженням цього є нижченаведений розрахунок.

Взявши до уваги внутрішнє споживання (посів на невеликій площі після соняшника

для боротьби із бур'янами та як підкормку ґрунту), а також можливу реалізацію на внутрішньому ринку, ми розрахували експортний потенціал продукції. За інформацією фахівців встановлено, що обсяг експортної партії може становити 100 т.

Проведений моніторинг світових ринків гірчиці дає підстави для висновку щодо здійснення експортної операції на ринок Грузії. Гірчиця для грузинів – це пряність, що знижує рівень холестерину в крові, відновлює кишкову флору, ефективна при кишкових розладах тощо. У лікувальних цілях ефективно застосування гірчиці при бронхіті, астмі, болі в суглобах, застуді й сильному головному болю; вона підвищує потенцію, поліпшує кровообіг і полегшує стан при ревматизмі, викликаних радикулітом і остеохондрозом болях, перешкоджає розвитку пухлинних утворів печінки, дихальних шляхів і жовчних проток. У косметології гірчицю застосовують для усунення чорних крапок, плям і ластовиння, а також проти лупи, підвищеної жирності волосся та його випадання. Також гірчиця є найкращою медоносною рослиною, дає мед блідо-рожевого кольору з пікантним смаком і приємним ароматом тощо [6].

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності порівняно два варіанти реалізації: підприємством самостійно та через посередника (табл. 2). Проведені розрахунки дозволяють стверджувати, що у разі самостійного виходу ТОВ «Хлібороб» на ринок м. Батумі (Грузія) з такою продукцією, як гірчиця біла сорту «Запоріжанка», підприємство може отримати прибуток у розмірі 621,36 тис. грн., що на 221,4 тис. грн. перевищуватиме суму реалізованої партії на внутрішньому ринку.

У межах посередницької експортної операції при зіставленні умов поставки – ЕХW «Франко завод» (Інкотермс 2010) та FOB «Вільно на борту» (Інкотермс 2010) – розмір сукупного прибутку за прогнозом суттєво підвищиться. Також значно збільшиться сума прибутку, отриманого на 1 т продукції. Щодо останнього, то за умовою ЕХW порівняно з реалізацією підприємством самостійно прогнозується зростання на 1600 грн., або на 25,75%, та на 1230 грн. (19,8%) за умовою FOB відповідно.

Загалом можемо резюмувати, що здійснення зовнішньоекономічної операції створює позитивне враження, а економічно доцільнішою буде реалізація насіння гірчиці через посередника на умовах ЕХW («Франко завод»), що дасть можливість отримати при-

Прогноз порівняльних показників ефективності експорту гірчиці білої

| Показник | 2018 р. | | |
|---|-------------------------------------|------------------------------|--------------|
| | Реалізація підприємством самостійно | Реалізація через посередника | |
| | | на умовахEXW | на умовахFOB |
| Кількість продукції, т | 100 | 100 | 100 |
| Виробнича собівартість, тис. грн. | 863,64 | 863,64 | 863,64 |
| Додаткові витрати, тис. грн.: | 65 | 105 | 242 |
| в т.ч.: відвантаження, тис. грн. | – | – | 12 |
| доставка в порт, тис. грн. | – | – | 55 |
| перевалка, тис. грн. | – | – | 60 |
| адміністративні витрати, тис. грн. | – | 15 | 15 |
| інші витрати, тис. грн. | – | 10 | 10 |
| Повна собівартість, тис. грн. | 928,64 | 968,64 | 1105,64 |
| Ціна реалізації: грн./т | 15500 | 17500 | 18500 |
| дол. США/т* | 516,67 | 583,33 | 616,67 |
| Виручка від реалізації, тис. грн. | 1550 | 1750 | 1850 |
| Прибуток, тис. грн. | 621,36 | 781,36 | 744,36 |
| Прибуток на 1 т, грн. | 6213,64 | 7813,64 | 7443,64 |
| Рентабельність реалізації, % | 66,91 | 80,67 | 67,32 |
| Відхилення прибутку на 1 т, грн. (+; –) | – | 1600,00 | 1230,00 |

буток від реалізації всієї партії у розмірі 781,36 тис. грн.

Таким чином, запровадження «модернізаційного» сценарію дасть змогу задовольнити потреби підприємства в якісному насінні гірчиці та підсилить загальний ефект від його господарської діяльності.

Висновки із цього дослідження. Підсумовуючи зазначене вище, слід відзначити підвищений інтерес суб'єктів аграрного бізнесу до виробництва традиційних для сільського господарства видів продукції. Однак невеликі агро-

формування об'єктивно не можуть конкурувати з агрохолдингами на ринках традиційних зернових та олійних культур. Як варіант, українським невеликим виробникам слід сфокусуватися на цікавих та нових нішах виробництва, що дасть їм значні переваги та відкриє в недалекому майбутньому можливість стати серйозним гравцем на високомаржинальних ринках.

Отже, ефективна робота аграрних підприємств повинна визначатися правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дають змогу якнайкраще реалізувати їх потенціал.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.04.2018).
2. Барилевич О. М. Особливості ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2013. № 181, ч. 4. С. 38–44.
3. Коваленко О. Ю. Цінова конкурентоспроможність та особливості процесу ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 218–226.
4. Шпичак О. М. Економіко-організаційні неузгодженості взаємовідносин у продуктових ланцюгах в умовах інфляційно-девальваційних процесів: напрями врегулювання. Економіка АПК. 2015. № 6. С. 85–95.
5. Кваша С.М. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні. Економіка АПК. 2013. № 3. С. 16–24.
6. Супіханов Б. Ринок нішевих культур. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2771> (дата звернення 13.04.2018).

7. Кернасюк Ю. Експортний тренд – нішеві культури. URL: http://www.agro_business.com.ua/agronomiia_siogodni/2776_eksportnyi_trend_nishevikultury.html (дата звернення 13.04.2018).

8. Мазур Г.Ф. Природно-ресурсний потенціал розвитку агропромислового виробництва України. Економіка АПК. 2013. № 10. С. 80–86.

REFERENCES

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL [Official site of the State Statistics Service of Ukraine.] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 13 April 2018).

2. Barylovych O.M. (2013) Osoblyvosti tsinoutvorennia na silskohospodarsku produktsiiu [Features of pricing for agricultural products] Scientific herald of the National University of Bioresources and Natural Resources of Ukraine. Series "Economics, Agrarian Management, Business" no 181. pp. 38–44.

3. Kovalenko O.Y. (2013) Tsinova konkurentospromozhnist ta osoblyvosti protsesu tsinoutvorennia na rynku silskohospodarskoi produktsii [Price competitiveness and peculiarities of the pricing process in the agricultural market] Innovative economy. no 3. pp. 218–226.

4. Shpichak O. M. (2015) Ekonomiko-orhanizatsiini neuzghodzhnosti vzaiemovidnosyn u produktovykh lantsiuhakh v umovakh infliatsiino-devalvatsiinykh protsesiv: napriamy vrehuliuvannia [Economic-organizational inconsistencies of relations in food chains in conditions of inflation-devaluation processes: directions of regulation] Ekonomika agroindustrial complex. no 6. pp. 85–95.

5. Kvasha S.M. (2013) Ekonomichne obgruntuvannia prohramy vyrobnytstva zerna pshenytsi v Ukraini. [Economic justification of the wheat grain production program in Ukraine.] Ekonomika agroindustrial complex no 3. pp. 16–24.

6. Supikhanov B. (2017) Rynok nishevykh kultur. URL [Market of niche cultures] Available at: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2771>(accessed 13 April 2018)

7. Kernasyuk Y. (2018) Eksportnyi trend – nishevi kultury. URL [Export Trend – Niche Cultures. URL] Available at: http://www.agro_business.com.ua/agronomiia_siogodni/2776_eksportnyi_trend_nishevikultury.html (accessed 13 April 2018)

8. Mazur G.F. (2013) Pryrodno-resursnyi potentsial rozvytku ahropromysloвого vyrobnytstva Ukrainy [Natural-resource potential of development of agro-industrial production in Ukraine] Ekonomika agroindustrial complex no 10. pp. 80–86.