

**Р.М. Скупський, д-р екон. наук, доцент,
завідувач кафедри підприємництва, управління та адміністрування,
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини ВНЗ
ВМУРЛ "Україна"**

**Н.О. Єфремова, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва**

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено економічну ефективність маркетингової діяльності сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області. Розроблено пропозиції щодо здійснення подальшої маркетингової діяльності досліджуваного підприємства.

***Ключові слова:** економічна ефективність, маркетингова діяльність, діяльність підприємства, сільськогосподарське підприємство.*

Постановка проблеми. Перехід економіки на ринкові відносини створив якісно нові соціально-економічні умови розвитку виробництва. Розвиток економіки об'єктивно супроводжується дедалі більшим підвищенням значущості теоретичних і практичних проблем організації, управління, економічної ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. Але значна частина вітчизняних товаровиробників не розробляє свою стратегію діяльності, не керує маркетинговою діяльністю. У роки перебудови нашого суспільства відбулося остаточне визнання величезної ролі і значення маркетингової діяльності в усіх секторах економіки, необхідність наукових досліджень в цій області стала очевидною. Актуальність проведення досліджень з даної проблеми значно підвищилася в зв'язку з тим, що ряд вітчизняних підприємств аграрного сектору економіки не прийняли ринкову концепцію управління, знаходяться на межі розорення, так і не отримавши можливість відчутти результати активної маркетингової діяльності. На сьогодні маркетингова діяльність має займати одне з головних місць у розвитку підприємства, адже кожне підприємство хоче виробляти і

продавати більше та отримувати більший дохід і, відповідно, прибуток. В ринкових умовах успіх підприємства залежить від повернення вкладених коштів після реалізації товару і послуг. Це обумовлює актуальність дослідження теоретичних і практичних аспектів управління маркетинговою діяльністю з метою підвищення економічних результатів діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу питанням управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки приділяли такі вчені: Балабанова Л.В. [1], Германчук А.М. [1], Гоголя О.П. [2], Новак О.В. [2], Дудар Т.Г. [4], Єранкін О.О. [4], Ілляшенко Н.С. [5], Красноручський О.О. [6], Данько Ю.І. [6], Ломовських Л.О. [7].

Формулювання цілей статті. Для подальшого існування в умовах ринку суб'єктам господарювання необхідно виконувати весь комплекс маркетингової діяльності, який, на нашу думку, включає в себе: прогнозування, дослідження попиту, насиченості ринку, раціональної організації господарської діяльності, рекламної діяльності та реалізації товарів і послуг. Метою нашого дослідження є вивчення економічної ефективності маркетингової діяльності СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області.

Виклад основного матеріалу. Вивчення економічної ефективності маркетингової діяльності, виявлення резервів для її підвищення є одним з основних завдань раціональної організації господарської діяльності. Тому більш детально зупинимося саме на цьому питанні.

Досліджуване нами сільськогосподарське підприємство СТОВ «Лободіно» розташоване в с. Лободіно Гадяцького району Полтавської області. Відстань від СТОВ «Лободіно» до районного центру (м. Гадяч) складає 17 км, а до обласного центру (м. Полтава) – 141 км. Підприємство спеціалізується на вирощуванні зерна соняшника зернових та зернобобових культур. Розмір земельної площі у звітному 2016 р. становив 1243 га. Щодо чисельності працюючих на підприємстві, то їх кількість коливалася по роках незначно, і у 2016 р. склала 34 чоловіка. Склад і структура товарної продукції СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області представлено в табл. 1.

**1. Склад та структура товарної продукції СТОВ «Лободіно»
Гадяцького району Полтавської області, 2013-2016 рр.**

Показники	2013		2014		2015		2016	
	тис. грн	%	тис. грн.	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Зернові та зернобобові, всього	1526,3	35,5	4113,1	70,1	6993,8	45,0	2761,0	36,4
Пшениця озима	804,4	18,7	919,4	15,6	1467,5	9,4	762,1	10,0
Гречка	6,1	0,1	239,2	4,0	1756,7	11,3	121,8	1,6
Кукурудза на зерно	708,1	16,5	2659,2	45,1	3134,0	20,1	935,5	12,3
Соя	-	-	273	5,4	1275,3	8,2	1217,4	16,0
Ячмінь ярий	7,4	0,1	214,7	3,6	41,5	0,2	200,3	2,6
Овес	0,3	0,01	80,6	1,3	594,1	3,8	227,4	3,0
Горох	-	-	-	-	-	-	316,3	4,1
Соняшник	2331,9	54,3	642,3	10,9	6088,2	39,2	2947,9	38,9
Жива маса свиней	63,3	1,4	78,1	1,3	100,0	0,6	63,4	0,8
Всього по господарству	4287,8	100,0	5888,8	100,0	15524,3	100,0	7577,7	100,0

Аналіз даних табл. 1 показав, що протягом досліджуваного періоду у підприємстві найбільшу частку займав соняшник. Винятком у 2014 р. була кукурудза на зерно, яка у структурі товарної продукції становила 52,8 %.

З даних табл. 2, в якій представлені площі сільськогосподарських культур, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду змін в загальній посівній площі не відбувалося.

Але значні зміни спостерігалися в структурі посівних площ. Так, більш ніж удвічі зменшилась посівна площа озимої пшениці – з 320 га у 2013 р. до 150 га у 2016 р. і, відповідно, значно зросла посівна площа соняшнику – на 73 % (з 186 га у 2013 р. до 322 га у 2016 р.). Крім того, підприємство збільшило посівні площі під соєю – з 80 га у 2013 р. до 150 га у 2016 р. У цілому можна зазначити, що структура посівних площ у СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області є нерациональною, оскільки площі під соняшником становлять приблизно

25%, в той час як під соняшником має бути зайнято не більше 15% всіх посівних площ.

**2. Площі сільськогосподарських культур у СТОВ «Лободіно»
Гадяцького району Полтавської області,
2013-2016 рр., га**

Культури	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2013 р., %
Зернові - всього	892,0	868,0	529,0	650,0	72,8
У тому числі:					
озима пшениця	320,0	277,0	290,0	150,0	46,8
гречка	90,0	147,0	74,19	125,0	138,8
кукурудза на зерно	392,0	320,0	388,0	270,0	68,8
ярий ячмінь	20,0	72,0	-	70,0	350,0
горох	-	-	-	35,0	-
соняшник	186,0	221,0	225,0	322,0	173,1
соя	80,0	159,0	203,7	150,0	187,5
площа всього	1247,0	1247,0	1245,0	1243,0	-

Розмір посівних площ є одним з чинників, що впливає на урожайність. Урожайність сільськогосподарських культур представлена у табл.3.

**3. Урожайність сільськогосподарських культур у СТОВ «Лободіно»
Гадяцького району Полтавської області,
2013-2016 рр., ц/га**

Культури	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2013 р., %
Зернові - всього	30,0	30,5	37,7	21,4	71,3
У тому числі:					
озима пшениця	24,5	32,1	20,4	20,4	83,2
гречка	4,2	13,9	11,8	10,0	238,1
кукурудза на зерно	43,3	38,8	29,1	27,7	63,9
ярий ячмінь	12,0	21,0	-	21,7	180,8
горох	-	-	-	17,2	-
овес	19,2	30,4	27,0	-	-
соняшник	17,8	16,6	22,1	14,2	79,7
соя	12,0	8,5	9,4	25,0	208,3

Показники урожайності в досліджуваному періоді дуже низькі. Так, урожайність зернових у 2016 р. становила 21,4 ц/га, а соняшнику – 14,2 ц/га. Крім того, спостерігається тенденція до значного зниження урожайності по цих культурах: по зернових – майже на 30 %, по соняшнику – приблизно на 20 %.

Аналіз показників валового збору показав, що по зернових він зменшився вдвічі, в основному через зменшення валового збору озимої пшениці та кукурудзи на зерно, при тому, що значно зріс валовий збір гречки та ярого ячменю. Значно (майже у 4 рази) зріс валовий збір сої. На 40 % зріс валовий збір соняшнику (табл. 4)

4. Валовий збір по сільськогосподарських культурах у СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області, 2013-2016 рр., ц

Культури	2013	2014	2015	2016	2016 р. до 2013 р., %
Зернові - всього	26825,0	26503,0	19957,0	13950,0	52,0
У тому числі: озима пшениця	7853,0	8904,0	5927,0	3070,0	39,1
гречка	380,0	2057,0	880,0	1255,0	330,2
кукурудза на зерно	17002,0	12442,0	11310,0	7500,0	44,1
ярий ячмінь	240,0	1513,0	-	1520,0	633,1
горох	-	-	-	605,0	-
овес	1350,0	1582,0	810,0	-	-
соняшник	3320,0	3682,0	4974,0	4590,0	138,2
соя	960,0	1352,0	1920,0	3750,0	390,6

Ефективність виробництва являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу. Найважливішим показником ефективності виробництва продукції є рентабельність. Рентабельність – це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства.

Показники рентабельності розраховуються як відношення різноманітних показників прибутку до вкладеного капіталу, обсягу продажу, використаних ресурсів, здійснених витрат, тощо

На неї безпосередньо або побічно впливає низка чинників. Основні з них – якість і собівартість продукції, канали реалізації, реалізаційна ціна.

Повна собівартість – це така собівартість, яка містить у собі витрати підприємства на виробництво та продаж продукції. Для її обчислення використовують собівартість додавання витрат, які знаходяться поза виробництвом.

Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості прибуткового продукту, створеного працею, і є складовою частиною доходу підприємства. Всі підприємства здають замовнику готові об'єкти або реалізують продукцію, відшкодовують витрати на виробництво, купують основні виробничі фонди і нормовані обігові засоби, та для нормальної діяльності вони мають отримувати, крім того, ще й певний прибуток.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків. З урахуванням значення прибутку вся діяльність підприємства спрямована на його зростання. Тобто прибуток, як економічна категорія відбиває дохід, який створений в процесі матеріального виробництва в процесі маркетингової діяльності.

Аналіз ефективності виробництва основних видів продукції (табл. 5) свідчить про те, що діяльність підприємства у цілому протягом усього досліджуваного періоду була рентабельною, крім 2016 р.

5. Ефективність виробництва основних видів продукції в СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області, 2013-2016 рр.

Показники	Виручка від реалізації продукції, тис. грн				Повна собівартість, тис. грн.				Прибуток (+), збиток (-), тис. грн.				Рівень рентабельності, %			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
1. Рослинництво - всього	3858	5028	1435	6926	3093	4658	9636	7146	765	370	4721	-220	25	8	49	-3
У т.ч.: зернові	1526	4113	6994	2761	2007	4030	5488	3913	-480	83	1505	-1152	-24	2	27	-29
пшениця озима	804	919	1467	762	861	763	1555	1311	-56	157	-88	-548	-6	20	-6	-42
гречка	6	293	1757	121	7	401	731	106	-1	-107	1025	15,3	-15	-27	140	14
кукурудза на зерно	708	2659	3134	935	1128	2467	2916	1311	-420	192	217	-376	-37	8	7	-29
ярий ячмінь	7	215	41	200	11	248	45	426	-3	-33	-3	-225	-31	-13	-7	-50
горох	-	-	-	316	-	-	-	413	-	-	-	-97	-	-	-	-23
овес	0,3	81	594	227	0,2	152	240	168	0,1	-71	354	59	0,5	-47	147	35
соняшник	2332	642	6088	2948	1086	392	3488	2200	1246	250	2600	748	115	64	74	34
соя	-	273	1275	1217	-	233	659	1033	-	40	616	185	-	17	93	18

2. Тваринництво - всього	63	78	100	63	115	143	173	70	-52	-66	-73	-7	-45	-46	-42	-10	
Разом по господарству	3921	5106	1445	7	6990	3208	4802	9809	7216	713	304	4648	-227	22	6	47	-3

Так, у 2013 р. рентабельність у цілому по підприємству становила 22,2 %, а у 2016 р. – -3,1 %. Це відбувалося як за рахунок галузі рослинництва, так і за рахунок галузі тваринництва. Рентабельність тваринництва протягом усього досліджуваного періоду була від’ємною. Таким чином розробка маркетингового плану – важливий процес для будь-якої організації, який дозволяє розподілити ресурси підприємства згідно з умовами її діяльності для досягнення поставлених цілей. У процесі 195 еволюції цілей і завдань підприємництва змінюються і системи управління [8].

Висновки. Таким чином, дослідивши економічну ефективність маркетингової діяльності СТОВ «Лободіно» Гадяцького району Полтавської області, можна зробити висновок, що підприємству необхідно підвищувати економічну ефективність його діяльності. Низький рівень рентабельності підприємства пов’язаний, в першу чергу, з низькою рентабельністю виробництва зернових, у тому числі озимої пшениці, ярого ячменю та кукурудзи на зерно. Ці культури мали найменший рівень рентабельності. Тому підприємству особливу увагу необхідно звернути саме на них. Підприємству необхідно мінімізувати витрати на виробництво цих культур, вжити заходи, які призведуть до зростання урожайності, що в кінцевому рахунку приведе до підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Бібліографічний список: 1. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навч. посібник. – Київ: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с. 2. Гоголя О.П., Новак О.В. Формування системи управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств // Наук. вісн. НУБіП України. – 2011. – № 168 (1). – С. 185–193. 3. Дудар Т.Г. Організаційно-економічні засади формування і розвитку системи агромаркетингу // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 89–96. 78. 4. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія. – Київ: КНЕУ, 2009. С. – 156–168. 5. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія. – Суми: Вид-во СумДУ, 2011. – 192 с. 6. Красноручський О.О., Данько Ю.І. Розвиток маркетингу на ринку

агропродовольчої продукції України: монографія. – Харків: Міськдрук, 2009. – 262 с. 7. Ломовських Л.О. Управління маркетингом суб’єктів аграрного підприємництва: системи, механізми, інструменти / Л.О. Ломовських. – Харків: «Смуґаста типографія», 2017. – 397 с. 8. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності / І.С. Рябуха // Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. – Х., 2014. – С. 194-195.

Скупский Р.М., Єфремова Н.А. Экономическая эффективность маркетинговой деятельности предприятия. Определена экономическая эффективность маркетинговой деятельности сельскохозяйственного общества с ограниченной ответственностью «Лободино» Гадячского района Полтавской области. Разработаны предложения по осуществлению дальнейшей маркетинговой деятельности исследуемого предприятия.

Ключевые слова: экономическая эффективность, маркетинговая деятельность, деятельность предприятия, сельскохозяйственное предприятие.

Skupskiy R.M., Yefremova N.O. Economic effectiveness of marketing activity of the enterprise. The importance of effective marketing activities of enterprises has been substantiated. The essence of the basic concepts, such as marketing, commerce, entrepreneurship is investigated. The analysis of the activities of the agricultural enterprise limited liability "Lobodino" in Gadyatsky district of the Poltava region, namely: the composition and structure of commodity products, the area of agricultural crops, indicators of crop yields and gross product was analyzed. Indicated indicators of industrial and commercial activities, given their characteristics. Determined the economic efficiency of marketing activities. Based on the study, it was concluded that the company needs to improve the economic efficiency of its activities. The low level of profitability of the enterprise is associated primarily with the low profitability of grain production. These cultures had the lowest yield. Therefore, the company should pay special attention to them. The company needs to minimize the cost of producing these crops, to take measures that will lead to increased productivity, which ultimately will lead to an increase in the effectiveness of the marketing activities of the enterprise.

Keywords: economic efficiency, marketing activity, enterprise activity, agricultural enterprise.