

допомогти у вирішенні багатьох проблем, які постали перед усіма виробниками мінеральних вод.

Підсумовуючи, можемо констатувати, що, незважаючи на активний пошук виробниками мінеральних вод нових маркетингових засобів активізації своєї постійної і потенційної клієнтури, конкурентні переваги таких підприємств можуть суттєво зрости в результаті розроблення і реалізації концептуальної моделі формування і впровадження маркетингових інновацій в систему управління конкурентними перевагами підприємств.

#### Список літератури:

Андрієнко О. Сучасні маркетингові екологічні стратегії підприємств / О. Андрієнко // *Маркетинг в Україні*. – 2011. – № 3. – С. 18 – 21.

Офіційний сайт корпорації Оболонь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.obolon.ua>.

**Андрій ГУТОРОВ**

*ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України, м. Київ*

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗПОДІЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РОЗМІРАМИ В ЦІЛЯХ ЇХ ІНТЕГРАЦІЇ**

Відсутність чітких критеріїв розподілу підприємств за розмірами, часті зміни у нормативно-правових актах, які мають врегульовувати цю проблему, унеможлиблює проведення ретроспективних порівнянь на основі статистичних даних, нагромадити напрацювання методології розвитку інтеграційних відносин в АПК, впровадження дієвого регулювання процесів парцеляції та надконцентрації, що актуалізує тему дослідження.

Для перевірки робочої гіпотези про обмеженість можливості використання існуючих критеріальних розподілів аграрних підприємств при залученні їх до інтеграційних відносин нами була сформована вибірка сільськогосподарських підприємств, які за КВЕД та встановленими вимогами до формування переліку респондентів звітують за формами № 50-ст (річна) «Основні економічні показники розвитку сільськогосподарських підприємств» і № 2-ферм (річна) «Основні показники господарської діяльності фермерського господарства, малого підприємства у сільському господарстві», за 2012-2013 рр. та проведений розподіл господарств за чинною методикою.

Отримані результати свідчать про значні відмінності у розмірах між підприємствами різних класифікаційних груп та наявність тенденції до подрібнення господарств у 2013 р. порівняно з 2012 р. Найбільш «проблемною» є група середніх за розміром підприємств, оскільки для ліквідації методологічної помилки при декларуванні критеріїв законодавці віднесли до неї не лише ті господарства, які в структурі розподілу знаходяться в інтервалі меж (50, 250] U (10, 50] за кількістю працівників та сумою чистого доходу, а й такі, що не можуть бути віднесені до жодної іншої групи за встановленими вимогами (наприклад, підприємство у 2013 р. мало середньооблікову кількість штатних працівників 53 особи, чистий дохід від реалізації – 0,6 млн євро). Основною причиною цього є неврахування спеціалізації підприємств та структури чистого доходу від усієї діяльності, що призводить до змішування непорівнянних між собою господарств різного виробничого спрямування, галузевої структури та ресурсного забезпечення.

Наведені у табл. 1 дані переконливо свідчать, що врахування міжгосподарських зв'язків при класифікації неможливе навіть при застосуванні укрупненої вибірки підприємств за КВЕД «Сільське, лісове та рибне господарство». Методологічно це пояснюється тим, що підприємства рейтингу «200 найбільших агрокомпаній України» включають в себе переважно інтегровані формування з різних сфер АПК, банківського та фінансового сектора, промисловості, торгівлі тощо, проте позиціонують себе на ринку як суб'єкти агробізнесу.

**Таблиця 1**

**Розподіл підприємств аграрного сектора економіки України та найбільших агропромислових формувань за їх розмірами в 2012-2013 рр.**

Показник	Група підприємства	
	великі	середні
<b>2012 р.</b>		
<i>Україна, всього, за КВЕД «Сільське, лісове та рибне господарство»</i>		
Кількість підприємств, од	48	3145
З розрахунку на 1 підприємство:		
– середньооблікова кількість працівників, осіб	920	142
– чистий дохід (виручка від реалізації), млн. євро	39,6	2,9
<i>За рейтингом «200 найбільших агрокомпаній України»</i>		
Кількість підприємств, од	92	101
З розрахунку на 1 підприємство:		
– середньооблікова кількість працівників, осіб	1479	606
– чистий дохід (виручка від реалізації), млн. євро	164,2	55,7
<b>2013 р.</b>		
<i>Україна, всього, за КВЕД «Сільське, лісове та рибне господарство»</i>		
Кількість підприємств, од	28	2925
З розрахунку на 1 підприємство:		
– середньооблікова кількість працівників, осіб	1510	141
– чистий дохід (виручка від реалізації), млн. євро	72,9	2,9
<i>За рейтингом «200 найбільших агрокомпаній України»</i>		
Кількість підприємств, од	97	96
З розрахунку на 1 підприємство:		
– середньооблікова кількість працівників, осіб	1517	546
– чистий дохід (виручка від реалізації), млн. євро	170,1	57,7

Примітка. Розрахунок по Україні наближений, відповідно до відсоткового розподілу.  
Джерело: розраховано автором на основі джерел [1, 2].

Слід зазначити, що при формуванні статистичного реєстру сільськогосподарських товаровиробників «Агро» перевага віддається класифікації КІСЕ та КВЕД, що не дозволяє вести статистичний облік холдингових структур та інтегрованих формувань інших типів, які мають агровиробництво, але не за основним видом економічної діяльності.

Іншою проблемою, яка не може бути вирішена в рамках існуючої класифікації, є інфляція, трансфертне ціноутворення та проміжне споживання в продуктових інтеграційних ланцюгах, що нерівномірно впливають на базу розподілу та структуру чистого доходу, призводить до його деформацій.

#### Список літератури:

1. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Відпов. за вип. О.А. Вишневська; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Держстат України, 2014. – 534 с.
2. 200 крупнейших агрокомпаний Украины // ТОП-100 Рейтинг лучших компаний Украины. – 2014. – № 3. – 114 с.

**Вячеслав КОЛЕСНИКОВ**

*Запорізький національний технічний університет*

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРОХОЛДИНГІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Для багатьох українських аграрних підприємств розробка стратегії соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку є концептуальним завданням, адже мова йде не просто про спонтанну благодійність, а про системну діяльність, вбудовану в усі бізнес-процеси. Значний науковий інтерес в сфері впровадження концепцій соціальної відповідальності викликає діяльність українських агрохолдингів, що зумовлено необхідністю пошуку дієвих методологічних та прикладних аспектів розвитку самодостатнього аграрного господарювання, що здатне забезпечувати не тільки процеси власного бізнес-відтворення, а й