

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

Кафедра маркетингу

ДИПЛОМНА РОБОТА

другий (магістерський)

Освітній рівень

Галузь знань _____ 07 «Управління та адміністрування»

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність _____ 075 «Маркетинг»

Шифр і назва спеціальності

на тему: Організація діяльності підприємства агрохімічного сервісу на засадах маркетингу за матеріалами ТОВ «АМОНІЙ ГРУП», м. Хмельницький

Шифр ДРМРмз.21238.01.00.00

Виконав: студент 2 курсу групи МРмз-21-1 _____ Віктор СУГАЙ

Керівник: канд. екон. наук, доц. _____ Зінаїда АНДРУШКЕВИЧ

Нормоконтролер: канд. екон. наук, доц. _____ Світлана РЕШМІДІЛОВА

До захисту допускаю:

в.о. зав. кафедри маркетингу

доктор екон. наук, проф.

_____ Анатолій ТЕЛЬНОВ

Хмельницький, 2022

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи магістра

Організація діяльності підприємства агрохімічного сервісу на засадах маркетингу за матеріалами ТОВ «АМОНІЙ ГРУП», м. Хмельницький
студента групи МРзм-21-1 Сугая Віктора Володимировича

Науковий керівник: к. е. н., доц. Андрушкевич З.М.

Загальний обсяг роботи 75 сторінок, 9 таблиць, 19 рисунків, переліку джерел посилання з 59 найменувань та 2-х додатків.

Перелік ключових слів: АГРОМАРКЕТИНГ, АГРОХІМІЧНИЙ СЕРВІС, АГРОХІМІЧНІ ЗАСОБИ, БЕЗВОДНИЙ АМІАК, ТОЧНЕ ЗЕМЛЕРОБСТВО

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні підходи до особливостей ведення агрохімічного бізнесу.

У другому розділі проведено аналітичне дослідження діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» на ринку агрохімічних добрив та сервісу.

У третьому розділі розглянуті можливості впровадження елементів маркетингу у діяльність підприємств агрохімічного сервісу, а саме: удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» та використання інформаційних технологій в діяльності підприємства агрохімічного сервісу.

Підпис _____

Дата _____

Зміст

	С.
Вступ	5
1 Теоретичні підходи до особливостей ведення агрохімічного бізнесу	9
1.1 Використання засобів захисту рослин для підвищення ефективності ведення сільського господарства	9
1.2 Особливості надання агрохімічних послуг у ринкових умовах	15
Висновки до першого розділу	23
2 Аналітичне дослідження діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» на ринку агрохімічних добрив та сервісу	25
2.1 Аналіз ринку мінеральних добрив України	25
2.2 Аналіз комерційно-господарської діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»	30
2.3 Оцінювання попиту на послуги підприємств агрохімічного сервісу	37
Висновки до другого розділу	45
3 Впровадження елементів маркетингу у діяльність підприємств агрохімічного сервісу	47
3.1 Удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»	47
3.2 Використання інформаційних технологій в діяльності підприємства агрохімічного сервісу	56
Висновки до третього розділу	63
Висновки	65
Перелік джерел посилання	68
Додатки	75

Вступ

Актуальність теми дослідження. Кризові потрясіння національної економіки стали причиною суттєвих змін у сфері агрохімічного сервісу. Воєнний стан спричинив нестабільність умов господарювання, низька ефективність агровиробництва, погіршення фінансово-економічного стану виробників сільськогосподарської продукції, руйнування хімічної промисловості України та обмеження імпорту спричинили зменшення обсягів використання хімічних добрив та послуг агрохімічного сервісу. Результатом стало послаблення потенціалу підприємств агрохімічного обслуговування та призвело до погіршення родючості ґрунтів, що, відповідно, знизило їх продуктивність, зменшило обсяги виробництва, погіршило якість сільськогосподарської продукції.

Активне впровадження агрохімічного сервісу в діяльність виробників сільськогосподарської продукції є важливою умовою зміцнення їх конкурентної позиції, що актуалізує необхідність використання маркетингової концепції в діяльності підприємств агрохімічного сервісу.

Теоретичні і методологічні основи розвитку та впровадження елементів маркетингу у діяльність підприємств агрохімічного сервісу та їх взаємодії із виробниками сільськогосподарської продукції розглядали у своїх працях П. Березівський, А. Заїчковський, Н. Зіновчук, М. Ільчук, М. Калінчик, М. Маліка, І. Новак, Г. Підлісецький, А. Стельмащук, Н. Тарасова, М. Хорунжий, Г. Черевко, О. Школьний, та ін.

Практична значущість та недостатня опрацьованість проблематики застосування маркетингової концепції у діяльності вітчизняних підприємств агрохімічного сервісу обумовили вибір теми магістерської роботи, визначили мету, завдання, логіку та зміст дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження ефективності організації діяльності підприємства агрохімічного сервісу на засадах маркетингу, прийняття рішень на основі маркетингової концепції, розроблення з цього приводу рекомендацій і конкретних заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Для досягнення цієї мети ставимо такі завдання:

- розглянути теоретичні аспекти особливостей ведення агрохімічного бізнесу;
- проаналізувати ринок мінеральних добрив України;
- проаналізувати виробничо-комерційну діяльність ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»;
- провести маркетингові дослідження попиту на ринку агрохімічних послуг;
- розробити рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП».

Об'єктом дослідження є процеси організації діяльності підприємства на засадах маркетингу.

Предметом дослідження є теоретичні основи та практичні аспекти впровадження маркетингових елементів у діяльність підприємства агрохімічного сервісу.

До інформаційних джерел, які використовувались в процесі виконання завдань належать:

- наукові періодичні видання в економічних журналах і збірниках;
- інформаційні джерела мережі Інтернет;
- маркетингові дослідження, проведені автором.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених у роботі завдань було використано такі загальнонаукові методи дослідження: аналізу і синтезу; комплексного аналізу; а також специфічні методи: економічного аналізу. Оброблення даних здійснювалося з використанням сучасних комп'ютерних

технологій і програмного забезпечення.

Наукова новизна одержаних результатів.

удосконалено:

– науковий підхід до визначення ризиків у сфері агрохімічного сервісу, який на відміну від існуючих, обґрунтовує виникнення ризиків через специфічні характеристики послуг, що дозволяє мінімізувати або нейтралізувати їх вплив;

– етапізацію формування маркетингової стратегії, яка дозволить впровадження стратегічного планування на основі маркетингових досліджень, що на відміну від інших концепцій управління, дає можливість прогнозування майбутньої діяльності підприємства відповідно до ринкових змін, і, водночас, працювати на існуючий ринок, розробляти комплекс взаємоузгоджених заходів щодо всього комплексу маркетингу тощо.

Практичне значення одержаних результатів. У процесі дослідження доведено необхідність організації діяльності підприємства агрохімічного сервісу на основі маркетингової концепції і запропоновано удосконалення маркетингової діяльності підприємства та використання сучасних інформаційних технологій.

Особистий внесок здобувача. Кваліфікаційна робота магістра є результатом особистого наукового дослідження. Основні положення роботи, висновки і пропозиції отримані автором самостійно.

Публікації:

1. Сугай В.В. Маркетинг підприємств агрохімічного сервісу як напрям підприємницької діяльності / Є.М. Забурмеха, З.М. Андрушкевич, В.В. Сугай // Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції «MODERN SCIENCE: INNOVATIONS AND PROSPECTS», 13-15.11.2022 Стокгольм, Швеція. – С. 486-489 Режим доступу: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/11/MODERN-SCIENCE-INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-13-15.11.22.pdf>.

2. Сугай В.В. Роль агрохімічного сервісу в сучасному агробізнесі / Є.М. Забурмеха, В.В. Сугай, О.В. Сугай // Матеріали МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» – 01-03.12.2022, м. Хмельницький, – подано до друку.

Структура та обсяг роботи. Робота складається з 75 сторінок, 9 таблиць, 19 рисунків, переліку джерел посилання з 59 найменувань та 2-х додатків.

1 Теоретичні підходи до особливостей ведення агрохімічного бізнесу

1.1 Використання засобів захисту рослин для підвищення ефективності ведення сільського господарства

Родючі ґрунти, які здатні забезпечити людей всім необхідним, є найбільшим багатством країни. Протягом всього часу використання земель під рослинництво аграрії намагалися повернути в них поживні речовини, витрачені на врожай, удобрюючи ґрунт попелом та гноєм. Також поставала проблема збереження врожаю, знешкодження бур'янів та шкідників. Але з натуральними добривами у ґрунт повертається лише частина мінеральних елементів спожитих рослинами. Тому досягти значного підвищення урожайності сільськогосподарських культур без застосування добрив і пестицидів було неможливо. Так почалася ера хімізації землеробства.

Хімізацією землеробства є комплекс заходів, що спрямовані на підвищення родючості ґрунтів та збільшення врожайності сільськогосподарських культур через збагачення ґрунту необхідними для рослин елементами у вигляді мінеральних добрив, а також повторним залученням у біологічний кругообіг вже використаних рослинами поживних речовин, які перейшли в гній та інші органічні добрива [43].

Використання мінеральних добрив дозволило отримати можливість активно повертати поживні речовини, підвищувати рівень родючості ґрунтів та сприяти значному росту врожайності сільськогосподарських культур.

Досвід продемонстрував існування тісної залежності між обсягами внесених добрив та рівнем врожайності сільськогосподарських культур.

Слід зазначити, що добрива – це одне з головних, але не єдине застосування хімії у агродіяльності. Не менш вагомим фактором підвищення

родючості ґрунтів та збереження врожаю є використання засобів захисту рослин.

Завдяки широкому застосуванню пестицидів протягом останніх років країнам світу вдалося збільшити врожайність зернових культур, більш ніж у двічі [32].

Розвиток світового сільського господарства свідчить, що відмова від використовувати захисту рослин від шкідників неминуче призводить до втрати частини врожаю та зниження якості сільськогосподарської продукції. А інколи шкідливі організми напряду впливали на розвиток і благополуччя окремих регіонів та держав. Наприклад, навіть у Біблії згадуються такі шкідники, як сарана, і хвороби, як «запал» і мучниста роса [9].

І у XXI столітті актуальним питанням залишається захист та збереження врожаю сільськогосподарських культур. За даними світових експертів, щорічні втрати потенційного прибутку через зниження врожайності від хвороб та шкідників у світі досягають 35 % що оцінюються приблизно в 90 млрд доларів США [5].

В Україні, за даними Інституту захисту рослин, щорічні втрати врожаю від шкідників і хвороб становлять близько 30 %, зокрема, зерна 25-30 %, цукрових буряків – 20-27 %, соняшнику – 23-25 %, картоплі – 32-35 %, овочів – 27 %, плодкових насаджень – 48 % і більше (таблиця 1.1) [17].

Таблиця 1.1 – Втрати врожаю від шкідників, хвороб та бур'янів

Культура	Втрати врожаю, %			
	шкідники	хвороби	бур'яни	разом
1	2	3	4	5
Пшениця озима	8,0	8,5	10,5	27,0
Кукурудза	7,0	8,0	12,0	29,0
Цукрові буряки	11,0	8,3	8,2	27,5
Соняшник	3,0	12,5	8,0	23,5

Кінець таблиці 1.1

1	2	3	4	5
Картопля	6,0	20,0	6,5	32,5
Овочеві культури	8,9	9,0	10,0	27,9
Плодові насадження	<u>26,0</u>	<u>15,0</u>	<u>7,0</u>	<u>48,0</u>
<u>Виноградники</u>	<u>5,0</u>	<u>22,0</u>	<u>7,0</u>	<u>34,0</u>

Джерело: [17]

За останніми підрахунками у світі нараховується близько 30 000 видів бур'янів, 10 000 видів шкідливих комах, 3 000 видів нематод, 120 000 видів грибків, майже 100 видів фітопатогенних бактерій і близько 600 фітопатогенних вірусів [32].

Відсутність належного захисту посіви сільськогосподарських культур протягом одного-двох років переводять їх у розряд «занедбаних»: зростає кількість бур'янів, що різко знижує врожайність, хвороби поступово знищують рослину, а шкідники можуть з'їдати частину врожаю чи рослини.

Деякі овочеві культури взагалі неможливо виростити без проведення захисних заходів, наприклад картоплю та цукровий буряк.

Загалом, пестициди – це досить широке поняття, яке охоплює хімічні сполуки різних класів. Вони застосовуються у сільському господарстві для боротьби з шкідливими організмами, у медицині, в промисловості тощо. У медицині вони застосовуються для боротьби з комахами, які є переносниками таких небезпечних хвороб, як малярія, енцефаліт та значної кількості кишкових захворювань. Також їх використовують як дезінфікуючий засіб. В промисловості використання пестицидів охоплює захист неметалевих матеріалів (полімерів, деревини), боротьбу з обростанням морських та річкових суден, захист труб від корозії тощо. Але найбільше вони використовуються все ж таки у сільському господарстві. Щорічно людство споживає більше мільйона т пестицидів, із них 60 % – у агропромисловості [18].

Залежно від цілей та напрямів застосування пестициди поділяються на групи, представлені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Напрями застосування пестицидів

Група пестицидів	Напрямок застосування
Інсектициди	Проти шкідливих комах
Акарициди	Проти шкідливих кліщів
Нематоциди	Для захисту рослин від шкідливих нематод
Родентициди	Для боротьби із гризунами
Лімбациди	Для захисту рослин від слимаків
Фунгіциди	Проти грибкових захворювань
Бактерициди	Для захисту рослин від бактеріальних захворювань
Гербициди	Проти бур'янів
Арборициди	Для знищення деревинної та чагарникової рослинності
Протруйники	Для знезараження насіннєвого і садивного матеріалу від шкідливих організмів
Дефоліанти	Речовини, які викликають опадання листя
Десиканти	Хімічні речовини, які прискорюють висихання нескошених рослин (на пні)

Джерело: [30]

Заходи, спрямовані на підвищення урожайності, особливо стають актуальним через зростання населення, що передбачає необхідність інтенсифікації сільського господарства. Сьогодні у світі проживає більше 7,7 млрд людей, які споживають 2,6 млрд т продовольства на рік. До 2025 року, за прогнозами ООН, населення планети збільшиться до 8,3 млрд, відповідно споживання продовольства зросте до 4,5 млрд т на рік. Відповідно потреби у пшениці збільшаться на 41 %, у соняшнику – на 26 % і у каві – на 22 % [55].

Однак площа земель сільськогосподарського призначення не збільшується, тому основним шляхом збільшення виробництва сільськогосподарської продукції при незмінній посівній площі є підвищення врожайності. Поряд із селекцією та застосування хімічних засобів захисту рослин важливим ресурсом у даному напрямку є внесенням мінеральних добрив. Американські вчені-агрономи в системі заходів підвищення урожайності

рослинницьких культур найбільшу питому вагу відводять саме добривам (41 %), на другому місці ідуть гербіциди (13-20 %), третє місце займають сприятливі погодні умови (15 %), селекція та гібридне насіння – 8 %, меліорація та іригація – 5 %, на інші фактори припадає від 11 до 18 % [9].

Незважаючи на існуючі успіхи в селекції і створення більш стійких сортів культурних рослин, сучасні технології не дозволяють ефективного підвищення родючості ґрунтів без використання хімічних засобів. В багатьох рослин не виявлений ген стійкості до певних захворювань. Наприклад, сьогодні відсутній сорт ячменю, стійкий до летючої сажки, не існує сорту пшениці стійкого до снігової плісняви тощо [17]. Тому, за відсутності надійного джерела генетичного захисту, єдиним способом збереження високої врожайності культур є застосування хімічних засобів захисту.

Водночас, процес створення більш стійких сортів досить тривалий і займає десятки років, а проблема збереження врожаїв вимагає негайного вирішення і лише застосування повного спектру хімічних засобів захисту рослин дозволяє запобігти значних втрат сільськогосподарської продукції. Що, по-перше, дасть можливість швидко відреагувати на проблему. Крім того, селекціонерам необхідно винайти екологічно безпечне вирішення проблеми.

Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва призвела до висування нових вимог до сучасних сортів культурних рослин, наприклад, чутливе реагування до застосування високих доз мінеральних добрив.

Поява нових сортотипів рослин, які зможуть істотно відрізнитися від попередніх призводить до зміни характеристик посіву, архітектоніки рослин, що вимагає зміни спектру необхідних засобів захисту [17].

На менш важливим засобом підвищення урожайності є гербіциди. Велика кількість бур'янів виснажує ґрунти, позбавляє культурні рослини вологи та поживних речовин. Також, бур'яни сприяють розмноженню шкідників і розвиненню хвороб. Натомість гербіциди забезпечують сприятливе біологічне

середовище для культурних рослин, підвищуючи їх врожайність та якість вирощеної продукції.

З економічного погляду висока ефективність застосування хімічних засобів захисту культурних рослин може бути охарактеризована таким прикладом: прополка однією людиною 1 га цукрових буряків займає близько 20-ти робочих днів, натомість застосування сучасних гербіцидів дозволяє позбутися проблеми за 30-40 хвилин [34].

Слід зазначити, що пестициди, в цілому, не знижують біохімічні показники якості урожаю за дотримання норм і термінів їх внесення. Однак, порушення доз і термінів їх внесення та використання морально застарілих препаратів можуть призвести як до втрат сільськогосподарської продукції, так і до погіршення її якості, а інколи така продукція може стати навіть небезпечною в споживанні.

За умови неможливості абсолютної відмови від застосування пестицидів, єдиним правильним рішенням є покращення технологій їх використання, застосування препаратів у оптимальних дозах та обов'язкове здійснення постійного контролю за якістю рослинницької продукції.

Це підтверджується, наприклад, тим, що в Японії 100 % посівної площі обробляється хімічними засобами захисту рослин, однак середня тривалість життя японців – одна з найвищих у світі [11].

Зважаючи на важливість застосування хімічного захисту рослин, провідні країни світу постійно збільшують свої витрати на їх використання. Наприклад, у Німеччині останнім часом витрати на використання пестицидів у сільському господарстві становлять 290-420 євро на один га посівів [11]. У США внутрішній ринок засобів хімічного захисту рослин сягає 10 млрд доларів США щорічно [25].

Таким чином, не зважаючи на те, що пестициди дійсно становлять потенційну загрозу і навколишньому природному середовищу, і суспільству в

цілому, викликаючи певні екологічні проблеми і шкодячи здоров'ю людей, слід відзначити і їхні переваги.

Сьогодні, захист рослин хімічними засобами разом з іншими традиційними факторами інтенсифікації (механізація, хімізація, меліорація земель) залишається одним з оптимальних напрямів ефективного розвитку агровиробництва та необхідним заходом подальшого підвищення рівня родючості ґрунтів та вирішення проблеми світової продовольчої безпеки.

1.2 Особливості надання агрохімічних послуг у ринкових умовах

Одним з загальнонаукових методів пізнання є системно-синергетичний підхід. Він передбачає розгляд будь-якого явища як системи з обов'язковим аналізом функцій взаємодіючих в ньому елементів. Структурні елементи, які входять до складу АПК досліджуються саме за таким методом. Зазначений метод дає можливість визначити зміни, що відбуваються, а також оцінити місце, роль та значення окремих елементів. Цілісність системи пояснює важливість дослідження діяльності підприємств агрохімічних послуг та агропідприємств як складових в організаційній структурі АПК.

Ідентифікація трансформаційних перетворень у площині агрохімічних послуг у поєднанні із аналізом економічного стану сервісних та сільськогосподарських підприємств та пошук оптимальних варіантів удосконалення організаційно-економічних взаємовідносин між ними, займає особливе місце в даному дослідженні.

Удосконалення організаційно-економічних засад функціонування сфери агрохімічного сервісу та регулювання цін на сільськогосподарську та агрохімічну продукцію є нагальними питаннями сьогодення.

Агромакетинг представляє собою самостійний напрям сучасного маркетингу і передбачає вивчення, прогнозування і здійснення підприємницької діяльності господарюючих суб'єктів ринку в сфері виробництва, переробки, зберігання, транспортування і реалізації сільськогосподарської продукції з метою отримання високих результатів ринкової діяльності.

Завданнями маркетингу сфері агрохімічного сервісу є: вибір агрохімічних засобів, визначення їх споживчих властивостей; встановлення якісних параметрів застосування; контроль за дотриманням чинних екологічних та медичних вимог; обґрунтування обсягів та термінів агрохімічних заходів; необхідність залучення додаткових фінансових інвестицій; розроблення бізнес-плану та умов здійснення виробничо-господарської діяльності [46].

Маркетинг сприяє розвитку підприємницької діяльності й підвищенню зайнятості населення. Визначає потреби потенційного споживача, обсяг науково-дослідних робіт, що спрямовані на задоволення цих потреб. Застосування маркетингу у сфері агрохімічних послуг підвищує ефективність комерційної діяльності як підприємств агрохімічного сервісу, так і сільськогосподарських виробників, оскільки дозволяє підвищити врожайність та якість сільськогосподарської продукції, а в подальшому має на меті:

- встановлення ефективних та взаємовигідних відносин між виробником та підприємством агрохімічного сервісу за допомогою вивчення ринку, розподілу, просування агрохімічної продукції та заходів і їх рекламування;

- визначення обсягів надання послуг та реалізації агрохімічної продукції залежно від обсягів і якості попиту та купівельної спроможності агропідприємств;

- розвиток реклами та інших форм стимулювання збуту;

- здійснення координації та контролю якості робіт із задоволення потреб споживачів як головної мети підприємництва.

Маркетингова діяльність у сфері агрохімічного сервісу має свої особливості порівняно з іншими видами маркетингу. Це визначається особливостями сфери агрохімічного сервісу, а саме: залежністю від природних та погодних умов, різними формами власності, сезонністю виробництва тощо.

Ефективність діяльності на ринку агрохімічного сервісу обумовлена функціями агромаркетингу, які класифікуються за двома критеріями: змісту та об'єкту впливу (або загальні та конкретні).

До загальних функцій можна віднести управління, організацію, планування, прогнозування, аналіз, облік та контроль. До конкретних – дослідження ринку, вивчення споживчого попиту, аналіз макро- та мікросередовища підприємства, формування товарної політики, підтримка життєвого циклу послуги, ціноутворення, організація реалізації послуг, формування попиту, управління маркетингом.

Ефективне використання виробничих потужностей підприємства агрохімічного сервісу, придбання нового обладнання, залучення прогресивних технологій визначається маркетингом, в межах якого розробляється і застосовується система заходів, що дозволяють впливати на ринкову ситуацію, формувати споживчий попит з подальшим отримання прибутку за рахунок максимального задоволення попиту.

Однак, практика застосування маркетингових інструментів свідчить про те, що лише комплексний підхід щодо їх використання дозволяє ефективно здійснювати підприємницьку діяльність та завоювати стале місце на ринку.

Наразі головним фактором формування попиту і пропозиції на агрохімічні послуги та засоби хімізації є їх ціна. Водночас, рівень пропозиції визначають такі фактори:

- вартість агрохімічних засобів;
- техніки та технологій;
- рівень податків і дотацій;
- дії конкурентів тощо.

Ціна є певним стримуючим фактором для виробників сільськогосподарської продукції. За умови підвищення цін вони будуть менше звертатися до послуг зі сторони, спираючись на власні можливості. Однак, аграрний сектор має свої особливості: у сфері агрохімічного сервісу існує стійкий технологічний та економічний попит на послуги та засоби хімізації. Технологічний попит відображає потребу в послугах та засобах хімізації відповідно до вимог ведення сільського господарства, використання добрив та іншої агрохімічної продукції. Економічний попит визначає платоспроможність виробника сільськогосподарської продукції у придбанні необхідної кількості засобів хімізації, добрив та агрохімічних послуг [20, с. 204].

На даний час пропозиція на ринку агрохімічних послуг та засобів хімізації суттєво перевищує попит. Це обумовлено зокрема економічною нестабільністю аграрного виробництва та країни загалом. Отже, аграрна політика має бути збалансованою щодо ціни, за якими виробники сільськогосподарської продукції її реалізують. Така ціна повинна залишатись у постійній пропорції до ціни, за якими аграрії закупають агрохімічні засоби і послуги агрохімічних підприємств. Це сприятиме ефективному веденню сільського виробництва та покращенню показників діяльності суб'єктів господарювання.

Важливим фактором в умовах ринкової економіки є забезпечення конкуренції серед суб'єктів агрохімічного сервісу. Існує значна кількість різних організаційних форм функціонування агрохімічних структур, але переважну більшість з них сформовано після реорганізації агрохімічної служби. Неefективні методи економічного реформування та воєнне загострення призвели до скорочення обсягів використання агрохімічних засобів та органічних добрив агропідприємствами та значних фінансових втрат підприємствами агрохімічного сервісу. Необхідним є налагодження економічних відносин між виробниками сільськогосподарської продукції та обслуговуючими підприємствами з огляду на необхідність відновлення обсягів агровиробництва та підвищення його конкурентоспроможності. Такий підхід є

підгрунтям для формування організаційно-економічних основ діяльності агрохімічного сервісу. Зважаючи на вищезазначене важливим є аналіз сучасного механізму взаємодії агрохімічних структур із агровиробниками, а також визначення потенційних можливостей адаптування сфери агрохімічного сервісу до ринкових умов.

Послуга – це продукт сервісної діяльності: на її виробництво витрачаються матеріальні ресурси та жива праця. Її розглядають як споживчу вартість, створену безпосередньо працівниками обслуговуючих структур. Таким чином, окремі дослідники визначають обслуговуюче підприємство як таке, що перетворює ресурси у послуги. Послуги, в свою чергу, є невидимою формою продукту [14, с. 554]. Отже, послуги виступають об'єктом ринкових відносин, адже, маючи свою вартість, перетворюються на товар. Агрохімічні послуги мають певні особливості, які викликають пов'язані із цим ризики, ідентифікація яких дозволить їх нейтралізувати, або хоча б мінімізувати їх вплив (рисунок 1.1).

Агрохімічні послуги, як будь-які послуги, можуть створюватися лише у процесі надання і споживання, відповідно споживач не має можливості відчутти та оцінити їх до моменту купівлі. Бар'єр невизначеності, що пов'язаний із нематеріальністю агрохімічної послуги, може бути подоланий за рахунок підвищення відчутності самої послуги:

- встановлення доступної для споживача ціни на послугу;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- запровадження нових технологій надання послуги;
- використання сучасної техніки та устаткування;
- підвищення іміджу підприємства тощо.



Рисунок 1.1 – Особливості та ризики агрохімічних послуг

Джерело: доробок автора

Бар'єром невизначеності та недовіри до підприємства агрохімічного сервісу є те, що послугу неможливо відчуту до моменту придбання.

Також є неможливим створення запасів агрохімічних послуг, оскільки їх надання та споживання здійснюється одночасно. Узгодження попиту із пропозиції є одним із головних завдань маркетинг-менеджменту у сфері послуг і неможливість їх зберігання значно його ускладнює. Ефективним інструментом може стати система знижок в період зниження попиту, спеціальні пропозиції,

для різних сегментів цільового ринку; орієнтованість на довготривалу співпрацю із виробниками сільськогосподарської продукції; створення системи попередніх замовлень на агрохімічні послуги та засоби хімізації; включення підприємств агрохімічного сервісу до кластерних утворень тощо.

Невіддільність послуги від постачальника (виробника) передбачає прямий контакт виробника сільськогосподарської продукції з особою, яка надає послугу (представником сервісної структури) [10, с. 36]. Ризики, пов'язані зі зниженням цінності агрохімічних послуг, можна мінімізувати у разі забезпечення взаємодії клієнта із системою надання послуг, тобто, за рахунок підвищення рівня якості роботи персоналу, надання йому додаткових повноважень; здійснення моніторингу екологічної безпеки діяльності агрохімічних підприємств тощо.

Ще однією характерною особливістю послуги є мінливість її якості, яка залежить від кваліфікації виробників, часу і місця надання послуги, індивідуальних особливостей самого споживача. Зазначеного ризику можна уникнути за рахунок персоналізації клієнта; стандартизації процесу надання агрохімічних послуг; залучення виробників сільськогосподарської продукції до спостереження за процесом наданням послуги тощо [10, с. 37].

Крім того, для послуг агрохімічного сервісу притаманні такі їх специфічні характеристики, як необхідність екологічної безпеки та сезонність, що обумовлено особливостями сільськогосподарського виробництва та роботи з хімічними препаратами.

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що основними вимогами виробників сільськогосподарської продукції до агрохімічних послуг є їх якість, зручність, надійність, екологічна безпека, своєчасність, доступна ціна тощо. Задоволення вказаних вимог надасть можливість підприємству агрохімічного сервісу зробити свої послуги більш конкурентоспроможними серед аналогічних структур. Що, в свою чергу, призведе до зміцнення власної позиції на цільовому ринку.

Спираючись на результати статистичних даних та проведені дослідження, можна стверджувати, що агрохімічні обслуговуючі підприємства Хмельницької області не приділяють належної уваги маркетинговому інструментарію та планування діяльності. Переважна більшість таких підприємств не мають маркетингових служб, або хоча б просади маркетолога, що є вкрай необхідним для ефективного здійснення господарської діяльності в умовах ринку. Ринкова взаємодія агровиробників та структур агрохімічного сервісу реалізується через процедуру надання послуг, які є необхідними для ефективного сільськогосподарського виробництва. Для підприємств послуг маркетингові дослідження необхідні для визначення факторів впливу на ефективність їх діяльності та динаміку попиту на послуги з боку цільових споживачів. Необхідність їх проведення викликана також і необхідністю ґрунтовного вивчення кон'юнктури ринку та уможливлює реальний прогноз економічної ситуації на ринку агрохімічного сервісу а також прогноз обсягів потенційного попиту на послуги суб'єкта господарювання.

Також, маркетинговій службі слід координувати технологічний та економічний попит на послуги та агрохімічні засоби. Що виступає основою для формування перспективних форм організації агрохімічного сервісу. Задоволення технологічного попиту на агрохімічні послуги та засоби хімізації значною мірою визначається термінами їх застосування. Сезонність сільського господарства впливає на організацію їх практичного втілення. Матеріально-технічне забезпечення виробників сільськогосподарської продукції (у т. ч. агрохімічного обслуговування) має особливі характеристики, такі як:

- різні агрохімічні характеристики ґрунтів впливають на складність проведення робіт з огляду на їх здійснення на полях;
- забезпечення єдності технологічного процесу, що включає обробку поля, транспортування та внесення агрохімічних засобів;
- дотримання термінів здійснення безпосередньо впливає на ефективність використання агрохімічних засобів;

– доцільність одночасного використання різних машин та механізмів на одному полі тощо.

Корективи у терміни здійснення агрохімічних робіт також часто вносять погодні умови, що зумовлює певне напруження під час інтенсивного використання спеціалізованої технік та додаткові витрати на зберігання. Тому необхідним є розширення маркетингової діяльності підприємств агрохімічного сервісу з метою ефективного оцінювання їх стратегічної орієнтації.

Формування нових організаційних форм агрохімічного сервісу обумовлене і тим, що не кожне підприємство, особливо невелике за розмірами, має можливість встановлення прямих контактів безпосередньо із виробниками агрохімічних засобів, які зазвичай є крупними суб'єктами бізнесу. Форма агрохімічного сервісу на основі інтеграційного підходу дозволить підвищити його ефективності за рахунок ефекту синергії.

Висновки до першого розділу

В сучасних умовах інтенсивного ведення сільського господарства захист рослин хімічними засобами разом з іншими традиційними факторами інтенсифікації (механізація, хімізація, меліорація земель тощо) залишається одним з оптимальних напрямів ефективного розвитку агровиробництва та необхідним заходом подальшого підвищення рівня родючості ґрунтів та розв'язку проблеми світової продовольчої безпеки.

Послуги загалом виступають об'єктом ринкових відносин, адже, маючи свою вартість, перетворюються на товар. Агрохімічні послуги мають певні особливості, які викликають пов'язані із цим ризики, ідентифікація яких дозволить їх нейтралізувати, або хоча б мінімізувати їх вплив.

Впровадження нових організаційних форм агрохімічного сервісу обумовлене і тим, що не кожне підприємство, особливо невелике за розмірами, має можливість встановлення прямих контактів безпосередньо із виробниками агрохімічних засобів, які зазвичай є крупними суб'єктами бізнесу. Форма агрохімічного сервісу на основі інтеграційного підходу дозволить підвищити його ефективності за рахунок ефекту синергії.

2 Аналітичне дослідження діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» на ринку агрохімічних добрив та сервісу

2.1 Аналіз ринку мінеральних добрив України

Минулий рік був у сільському господарстві був рекордним за виробництвом зернових культур. Такого результату вдалося досягти не лише за рахунок сприятливих погодно-кліматичних умов, але й завдяки застосуванню сучасних технологій аграрного виробництва, які передбачають зокрема і використання значних обсягів мінеральних добрив. В умовах складної ситуації, в якій опинилася країна, найбільший клопіт для вітчизняного агровиробника – це наявність мінеральних добрив та коливання ціни впродовж 2022 року. В першу чергу, представників агробізнесу цікавлять азотні добрива. Щорічно аграрії України вносять приблизно 1,7-2,0 млн т у перерахунку на поживні речовини.

Сьогодні на ринку переважають азотні добрива здебільшого імпортного виробництва. Митна статистика свідчить, що у 2021 році імпорт за товарною підпозицією «Добрива мінеральні або хімічні, азотні» склав майже 387 тис. т, що становить майже 413,3 млн доларів США (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Імпорт азотних добрив у 2021 році та окремо в грудні

Товарна підпозиція	Одиниці виміру	2021	грудень 2021
1	2	3	4
310210 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: сечовина (карбамід), у тому числі у водному розчині	Імпорт, млн доларів США	132,3	23,3
	Тис. т	138,1	18,8

Кінець таблиці 2.1

1	2	3	4
310221 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: сульфат амонію; подвійні солі і суміші сульфату амонію та нітрату амонію: сульфат амонію	Імпорт, млн доларів США	70,2	8,5
	Тис. т	66,0	4,7
310229 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: сульфат амонію; подвійні солі і суміші сульфату амонію та нітрату амонію: інші	Імпорт, млн доларів США	18,0	4,2
	Тис. т	12,5	1,6
310230 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: нітрат амонію, у тому числі у водному розчині (довідково: аміачна селітра)	Імпорт, млн доларів США	178,2	67,2
	Тис. т	161,1	37,4
310240 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: суміші нітрату амонію з карбонатом кальцію або іншими неорганічними речовинами, що не є добривами	Імпорт, млн доларів США	12,9	6,3
	Тис. т	8,5	2,7
310250 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: нітрат натрію	Імпорт, млн доларів США	0,042	–
	Тис. т	0,012	–
310260 Добрива мінеральні або хімічні, азотні: подвійні солі та суміші нітрату кальцію і нітрату амонію	Імпорт, млн доларів США	1,596	0,078
	Тис. т	0,701	0,017
Всього	Імпорт, млн доларів США	413,3	109,6
	Тис. т	386,9	65,3

Джерело: [38]

Як бачимо, найбільшу частку у імпорті азотних добрив складають дві товарні підпозиції:

- аміачна селітра – 161,1 тис. т (41,6 %);
- карбамід – 138,1 тис. т (35,7 %).

У грудні 2021 року середня митна ціна імпортованої 1 т азотних добрив складала 1678,1 доларів США. Це майже на 600 доларів США більше середньорічної ціни за 2021 рік (рисунок 2.1).

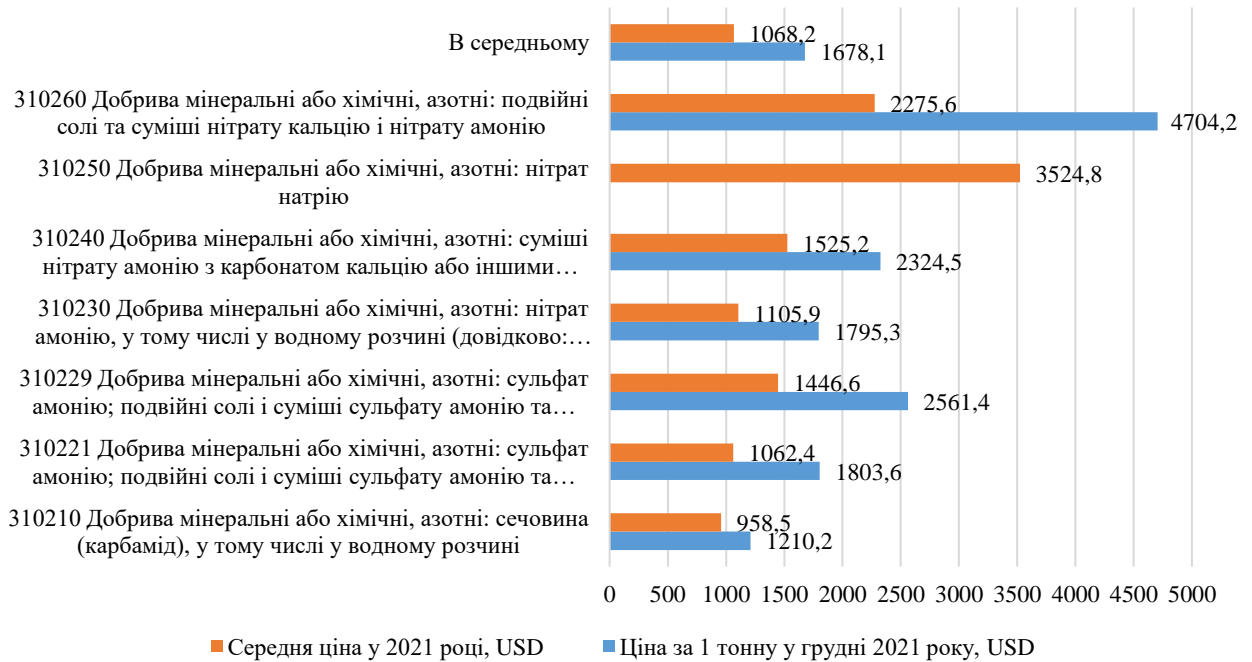


Рисунок 2.1 – Середні ціни імпортованих азотних добрив у 2021 році

Джерело: [38]

За географічною структурою постачання основними країнами-імпортерами мінеральних добрив є Польща, Білорусь, Туреччина, Узбекистан та інші.

Аналіз митної статистики показав, що на різні види імпортованих азотних добрив ціни зросли від 30 % до більш ніж 2-х кратного збільшення. Наприклад, за курсом 28 грн за 1 долар (курс 2021 року), ціна 1 т імпортованої аміачної селітри (ціна представлена у перерахунку на діючу речовину – азот) становила 50,3 тис. грн. При перерахунку на фізичну масу це складає не менше 17 000 грн за 1 т, крім того необхідно додати податки і збори, а також врахувати націнку торговельних дистриб'юторських компаній. Таким чином, фактична ринкова ціна на аміачну селітру на початок 2022 року перевищувала 20 000 грн, а подекуди складала до 27 000 грн за 1 т.

У минулі роки такі цінові коливання компенсувалися значними обсягами виробництва вітчизняних азотних добрив. Але, через дефіцит та високі ціни на

газ вітчизняні підприємства хімічної промисловості різко скоротили власне виробництво сполук азоту та добрив (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Динаміка виробництва добрив і азотних сполук на вітчизняних хімічних підприємствах, тис. т

Види добрив та азотних сполук	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1	2	3	4	5	6	7
Кислота азотна, кислоти сульфоазотні (суміші кислот азотної та сірчаної)	312,6	238,5	227,4	345,2	374,9	399,9
Аміак безводний	1678	978,6	801,2	1502	2304	161,3*
Аміак у водному розчині	20,9	18,5	24,8	21,2	к/с	–
Сечовина, яка містить понад 45% азоту за масою, у перерахунку на сухий безводний продукт (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше)	945,3	556,3	422,7	786,8	1159,0	к/с
Сульфат амонію (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше)	51,1	46,5	49,4	46,1	49,6	–
Нітрат амонію (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше)	485,4	369,1	362,3	504,8	548,2	541,9
Суміші сечовини та нітрату амонію у водному чи аміачному розчинах (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше)	к/с	73,1	100,1	195,9	к/с	к/с
Добрива азотні мінеральні чи хімічні	15,9	9,9	10,3	19,5	20,9	к/с

Кінець таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Добрива мінеральні чи хімічні з вмістом трьох поживних елементів: азоту, фосфору та калію (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше), тис. т	105,3	38,7	88,4	127,2	к/с	к/с
Добрива тваринного чи рослинного походження, тис. т	96,9	252,7	261,6	238,2	443,3	–

*дані за 11 місяців

Джерело: [39]

За попередніми даними Державного комітету статистики у 2021 році вітчизняним підприємствами вироблено:

– за позицією «Кислота азотна, кислоти сульфоазотні (суміші кислот азотної та сірчаної)» лише 399,9 тис. т, тоді як 2020 році обсяги виробництва склали 374,9 тис. т;

– аміаку безводного – 161,3 тис. т (дані за 11 місяців), натомість у 2020 році обсяги виробництва склали 2304 тис. т:

– за товарною позицією «Нітрат амонію (крім у таблетках, подібних формах або упаковках вагою 10 кг і менше)» виробництво склало 541,9 тис. т, що на 6,3 тис. т менше за обсяги виробництва в 2020 році.

Як зазначалося вище, джерелами надходження азотних добрив є різні країни: Європа, США, Єгипет і інші країни – Білорусь, Грузія, Туреччина. З Росії останнім часом добрива не імпортуються.

Стосовно аміаку складається інша ситуація. Аміак, в першу чергу, це специфічний азотний продукт, який виступає сировиною для виготовлення добрив. У минулому році Україна імпортувала 410 тис. т аміаку, причому значна частина цього обсягу – з Росії.

З цих обсягів 83% (340 тис. т) були закуплені заводами хімічної промисловості – черкаський і северодонецький Азоти, Сумихімпром, Рівнеазот, Дніпровський завод мінеральних добрив.

Заводи закупають сировину здебільшого для переробки в НРК і аміачну селітру, які є найбільш популярними в Україні добривами. Частина обсягу, до 70 тис. т, була використана для прямого внесення. У попередні роки ця частка була ненабагато більшою.

Українським виробникам наразі не вистачає власного аміаку, тому його практично не продають ні на внутрішній ринок, а ні на експорт.

Вітчизняними виробниками аміаку є: Дніпроазот й Одеський портовий завод, і, звичайно, виробники аміачної селітри можуть купувати його у них, або синтезувати самі. Але вартість газу всередині країни є настільки високою, що покладатися на вітчизняне виробництво нерентабельно.

2.2 Аналіз комерційно-господарської діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Товариство з обмеженою відповідальністю «АМОНІЙ ГРУП» було створене у червні 2016 року у м. Хмельницькому громадянами України Сугаєм В.В. та Бабенко В.В. і діє на підставі та у повній відповідності до Закону України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-ХІІ, до Цивільного та Господарського Кодексів України, інших чинних законодавчих та нормативних актів України, а також Статуту товариства.

Цілями діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» є одержання прибутку, задоволення потреб суспільства в його продукції, роботах, послугах та реалізація на підставі одержаного прибутку соціальних та економічних інтересів його засновників.

Основними напрямками діяльності Товариства є оптова торгівля хімічними продуктами та допоміжна діяльність у рослинництві (46.75 та 01.61 за КВЕД-2010) що підкреслює його логотип (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 – Логотип ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: брендбук підприємства

Протягом семи років ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» співпрацює з фермерськими господарствами та агропідприємствами та займається реалізацією добрив, транспортуванням та внесенням в ґрунт безводного аміаку (ГОСТ 6221-90). Товариство має висококваліфікованих працівників, з допуском до робіт із внесення хімічних добрив підвищеної небезпеки.

Метою Товариства є виправдання довіри і витрат для досягнення максимального врожаю.

Працівники Товариства гарантують оперативність та якість при виконанні зазначених робіт, помірковані ціни, індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Матеріально-технічна база та види послуг ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»:

- транспортування аміаку з заводів-виробників та/або залізничних станцій. Транспортування здійснюється тягачами марки «DAF-CF», «DAF-XF» ємкістю 10-20 т;

- внесення аміаку в ґрунт. Задіяні культиватори марки «Case 930», «DMI 4250» шириною захвату 10-12 м, які обладнані електронними дозуючими системами марки «Raven» та високоточною GPS навігацією;
- агрегати комплектуються тракторами марки «Case 310», «Case 340» та двома польовими ємностями. Середня продуктивність такого комплексу складає до 150 га на добу.

На рисунку 2.4 продемонстрований автопарк ТОВ «АМОНІЙ ГРУП».



Рисунок 2.4 – Автопарк ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: брендбук підприємства

Використання безводного аміаку в сільському господарстві має свої переваги та недоліки. До переваг слід віднести такі:

- економічна – безводний аміак є сировинною речовиною, тому не потребує додаткових виробничих процесів для переробки його на добрива. Відповідно внесений азот обходиться кінцевому споживачеві найдешевше;
- екологічна – безводний аміак дає змогу кардинально знизити нітратне забруднення довкілля, бо нітратів у ньому немає;
- «оздоровлення» мікрофлори ґрунту – серед переваг безводного аміаку називають «стерилізацію» ґрунту. Аміак, як дуже токсична речовина, при внесенні у ґрунт вбиває біоорганізми, що живуть у ньому (наприклад дротяників та навіть гризунів);
- уникнення «непередбачуваних» витрат – технологія практично унеможливорює крадіжки цього добрива.

До певних недоліків безводного аміаку слід віднести складність доставки та внесення цього виду добрив, необхідність використання спеціалізованого, досить вартісного обладнання та спеціально навчений персонал, який працюватиме на цих роботах (рисунок 2.5).

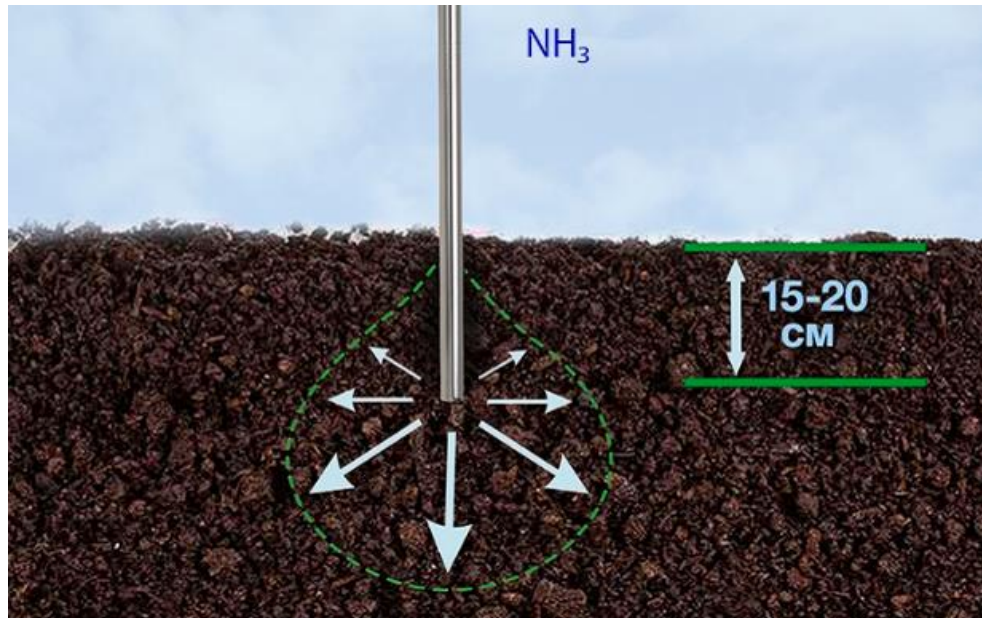


Рисунок 2.5 – Технологія внесення безводного аміаку

Джерело: [41]

Крім того, безводний аміак неможливо вносити разом з іншими добривами – фосфорними, калійними тощо. Тому їх доводиться застосовувати в інший прохід техніки, його також не можна вносити в малих дозах.

Розглядаючи діяльність ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» за 2017-2021 рр., в першу чергу, необхідно проаналізувати основні техніко-економічні показники підприємства, задля визначення реальної картини розвитку підприємства та його подальших перспектив.

Основні техніко-економічні показники ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка основних техніко-економічних показників
ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Показники	Роки					Темпи зростання, %	
	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2020	2021/2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Обсяг реалізації продукції (послуг), тис. грн	1787,4	2075,1	4270,9	1018,7	1410,3	138,4	78,9
у тому числі ПДВ	357,5	415,0	854,2	203,7	282,1	138,4	78,9
Виручка від реалізації, тис. грн	1429,9	1660,1	3416,7	815,0	1128,2	138,4	78,9
Чисельність працюючих, осіб	6,0	6,0	6,0	6,0	5,0	83,3	83,3
Продуктивність праці персоналу, грн/особу	238,3	276,7	569,5	135,8	225,6	166,1	94,7
Фонд оплати праці, тис. грн	286,5	326,5	498,2	542,7	386,9	71,3	135,0
Середньомісячна заробітна плата, грн	3 979,2	4 534,7	6 919,4	7 537,5	6 448,3	85,6	162,1
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	28,3	27,0	22,8	57,2	76,0	132,9	268,6
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	23,2	22,1	18,5	46,9	62,3	132,8	268,5
Рентабельність, %	1,4	1,2	0,5	6,0	5,6	93,2	393,4
Собівартість, тис. грн	1625,8	1890,8	3865,1	778,2	1109,7	142,6	68,3
Витрати на 1 грн реалізації, грн	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	103,0	86,5
Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн	15,3	30,8	635,5	1088,0	950,7	87,4	6 233,8
Фондовіддача, грн/грн	93,8	53,9	5,4	0,7	1,2	158,4	1,3
Фондоємність, грн/грн	0,0	0,0	0,2	1,3	0,8	63,1	7900,6
Фондо-рентабельність, %	152,1	71,8	2,9	4,3	6,6	152,0	4,3

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

За даними таблиці 2.3 спостерігається значне падіння обсягів реалізації послуг підприємства. Це пояснюється не зниженням попиту, а скороченням обсягів виробництва безводного аміаку та зменшення імпорту цього виду добрив, що закономірно позначилося на його ціні.

У 2021 році обсяги реалізації дещо зросли, порівняно з 2020 роком, але порівняно з 2017 р. склали лише 78,9 %. Динаміку обсягів реалізації послуг підприємства представлено на рисунку 2.6.

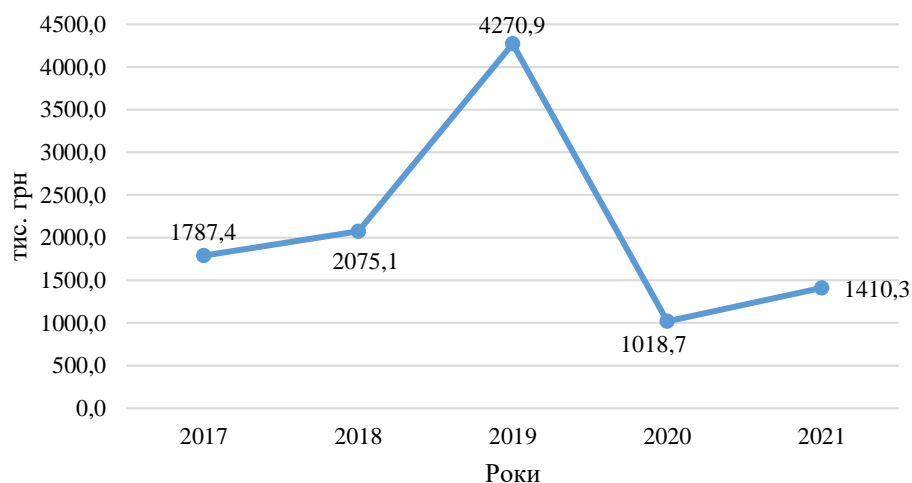


Рисунок 2.6 – Динаміка обсягів реалізації послуг ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

Чисельність працюючих на підприємстві за останній рік знизилася на одну особу. Продуктивність праці при цьому зросла на 66,1 %, при зростанні обсягів реалізації послуг лише на 38,4 %.

Вплив на показник обсягів фонду заробітної плати оказали два фактори: зменшення чисельності працюючих та зниження середньомісячної заробітної плати. Низький рівень цього показника (лише 6 448,3 грн у 2021 році) пояснюється сезонністю діяльності підприємства.

Чистий прибуток підприємства – це частина балансового прибутку, яка залишається в нього після сплати всіх податків, зборів та інших обов’язкових

платежів. Найчастіше чистий прибуток спрямовують на збільшення оборотних коштів, формування фондів та резервів, або для покращення діяльності.

Не зважаючи на зменшення обсягів реалізації послуг чистий прибуток підприємства поступово зростає, так у 2021 році він збільшився на 32,8 %, а за час існування підприємства цей показник збільшився більше ніж у 2,5 рази. Це не могло не позначитися на рентабельності діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП». Найвищим показник рентабельності був у 2020 році і склав 6 %, але у наступному 2021 році він знизився до 5,6 %. Динаміка зазначених показників представлена на рисунку 2.7.

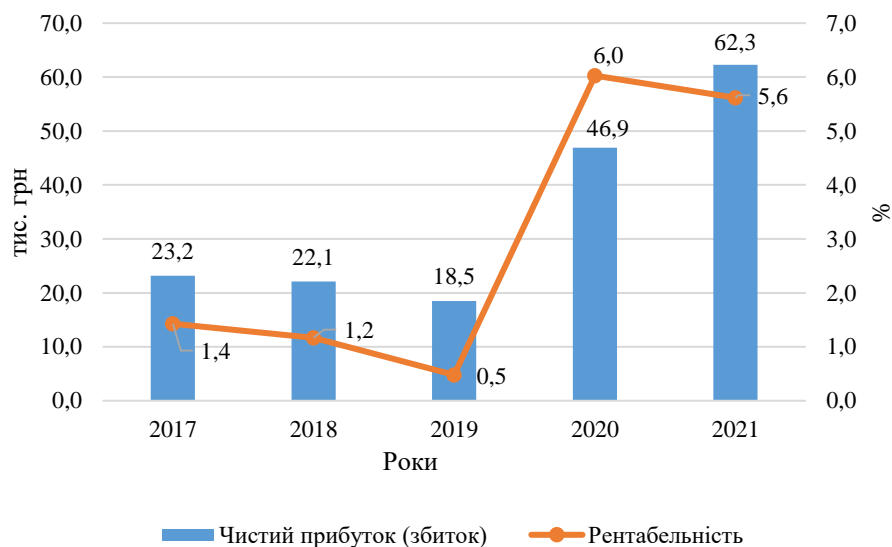


Рисунок 2.7 – Динаміка чистого прибутку та рентабельності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

Крім того значно зросла середньорічна вартість основних фондів підприємства за рахунок збільшення транспортного парку. Загалом за час існування ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» обсяги середньорічної вартості ОВФ зросли у 62 рази.

Це зростання позначилося на показниках фондоємності, фондівіддачі та фондорентабельності (рисунок 2.8).

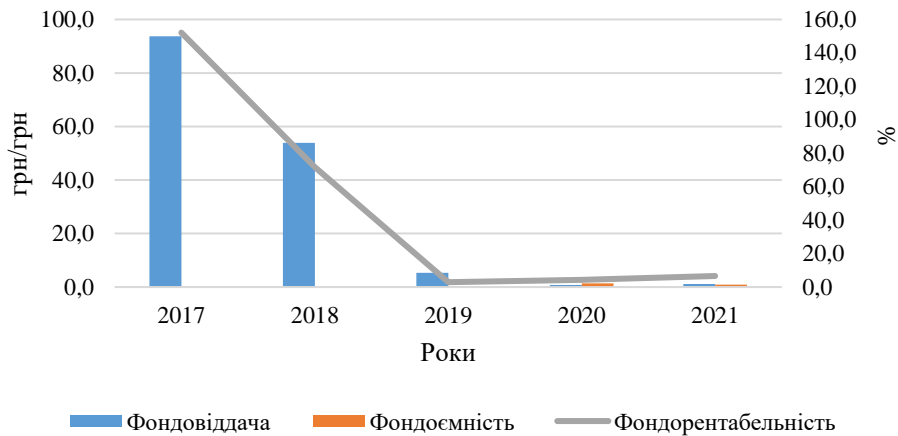


Рисунок 2.8 – Динаміка фондоемності, фондівдачі та фондорентабельності підприємства

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

Фондовіддача та фондоемність загальними аналітичними ознаками рівня ефективності використання профільних активів. Відношення чистого доходу від реалізації продукції підприємства на 1 грн ОВФ відображує фондівдачу. Фондоемність – обернений показник – визначається як співвідношення вартості ОВФ до чистого доходу від реалізації продукції.

Таким чином, можна стверджувати, що, не зважаючи на економічну кризу, ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» є успішним та прибутковим підприємством зі значними перспективами розвитку.

2.3 Оцінювання попиту на послуги підприємств агрохімічного сервісу

Сьогодні на агроринку діє низка бізнес-структур, що пропонують аграріям агрохімічні засоби. З становленням ринкових відносин і появою значної кількості сільськогосподарських підприємств малого та середнього

бізнесу необхідним постає не тільки забезпечення агрохімічними засобами, але й надання послуг агрохімічного сервісу. Часто невеликі фермерські господарства не володіють можливістю забезпечення себе спеціалізованою технікою для застосування мінеральних добрив, а головне, не мають відповідно підготованого персоналу.

Перехід економіки України на ринкову систему господарювання сформував комерційні відносини господарюючих структур агрохімічного сервісу. Сьогодні виробники сільськогосподарської продукції визначають для себе оптимальну форму агрохімічного обслуговування:

- проводити агрохімічні роботи власними силами;
- звернутися за допомогою до спеціалізованих агрохімічних структур.

Відповідно до зазначеного конкурентоспроможність підприємства агрохімічного сервісу стає найважливішим показником ефективності його діяльності та індикатором можливості адаптування до мінливого ринкового середовища.

Задля визначення попиту виробників сільськогосподарської продукції на агрохімічні послуги, що надаються сервісними підприємствами, було проведено опитування. В опитуванні взяли участь 150 виробників сільськогосподарської продукції Хмельницької області. Результати опитування дозволили:

- визначити тенденції формування попиту на послуги підприємств агрохімічного сервісу;
- визначити чинники, що мають найбільш суттєвий вплив на структуру агрохімічних послуг;
- виявити бажання та можливості виробників сільськогосподарської продукції використовувати послуги підприємств агрохімічного сервісу;
- дослідити переваги та недоліки послуг сервісних підприємств та реалізацію агрохімічних заходів власними силами.

Результати опитування показали, що переважна більшість респондентів (79,3 %) потребують агрохімічного обслуговування і зазначають, що використання агрохімічних засобів є для них вкрай необхідним. При цьому, 17,3 % респондентів зазначили, що потребують окремих послуг, 9,4 % – не визначились із відповіддю і лише 11,3 % вважають недоцільним проведення агрохімічних заходів та зазначили, що не мають такої потреби взагалі.

На можливості виробників сільськогосподарської продукції здійснювати агрохімічне обслуговування, впливають такі внутрішні чинники, як:

- фінансово-економічний стан;
- наявність спеціалізованої техніки та кваліфікованого персоналу;
- термін функціонування підприємства.

Вплив фінансово-економічного виробників сільськогосподарської продукції стану як одного із основних внутрішніх чинників, який визначає їх спроможність здійснювати агрохімічні заходи, представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Вплив фінансово-економічного стану виробників сільськогосподарської продукції (споживачів послуг) на потребу в агрохімічному обслуговуванні

Фінансово-економічний стан агропідприємств	Потребують агрохімічного обслуговування, %				Всього, %
	так	ні	окремі послуги	важко відповісти	
Успішний	10,7	2	1,3	0,7	14,7
Добрий	6	0,7	2	1,3	10
Задовільний	30	4,6	10,7	6	51,3
Незадовільний	8	2	2	0,7	12,7
Важко відповісти	7,3	2	1,3	0,7	11,3
Всього	62	11,3	17,3	9,4	100

Джерело: результати досліджень автора

Дослідження показали, що значна частина виробників сільськогосподарської продукції (40,7 %) серед тих, які мають потребу в

послугах агрохімічного сервісу, характеризуються задовільним фінансово-економічним станом. Це пояснюється, тим, що в таких підприємств відсутня власна ресурсна база для реалізації агрохімічних заходів. Натомість, для агропідприємств з успішним економічним станом потреба в сторонньому обслуговуванні виявилася значно меншою (12 %), що можна пояснити можливістю задоволення відповідних потреб власними матеріальними, фінансовими та трудовими ресурсами. Подібна ситуація характерна для підприємств із незадовільним економічним станом, які у загальній структурі респондентів займають близько 10 %.

Крім того, було визначено вплив терміну функціонування виробників сільськогосподарської продукції на їх потребу в послугах агрохімічного сервісу (рисунок 2.9).

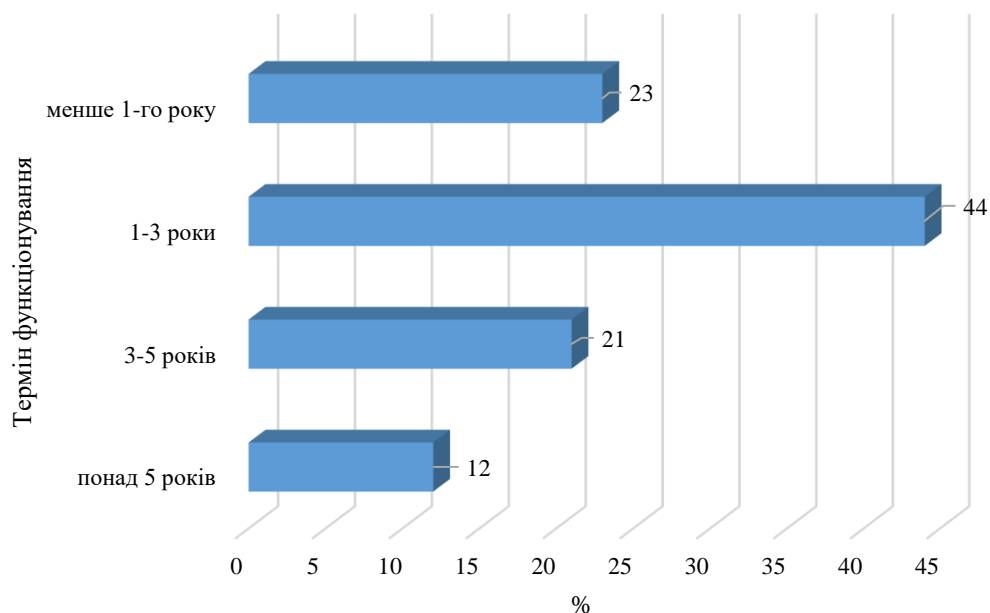


Рисунок 2.9 – Вплив терміну функціонування виробників сільськогосподарської продукції на потребу в послугах підприємств агрохімічного сервісу

Джерело: результати досліджень автора

Найбільшу потребу у залученні сторонніх організацій задля здійснення агрохімічних заходів (44 % та 23 %) мають підприємства, створені нещодавно, а саме – 1-3 роки та ті, що розпочинають свою діяльність (менше 1 року) відповідно. Така ситуація спричинена тим, що на початку діяльності більшість виробників сільськогосподарської продукції не має можливостей для придбання необхідної техніки та обладнання для самостійного здійснення агрохімічних заходів. Також спостерігається брак кваліфікованого персоналу з досвідом роботи, що, також спонукає до звернення к сервісним підприємствам. До того ж на початкових етапах діяльності першочерговою є концентрація наявного потенціалу агропідприємства на забезпеченні максимально ефективного розвитку основного виду діяльності, що унеможливорює здійснення робіт, не пов'язаних безпосередньо з виробництвом сільськогосподарської продукції.

На рисунку 2.10 представлена структура джерел отримання агрохімічних послуг.

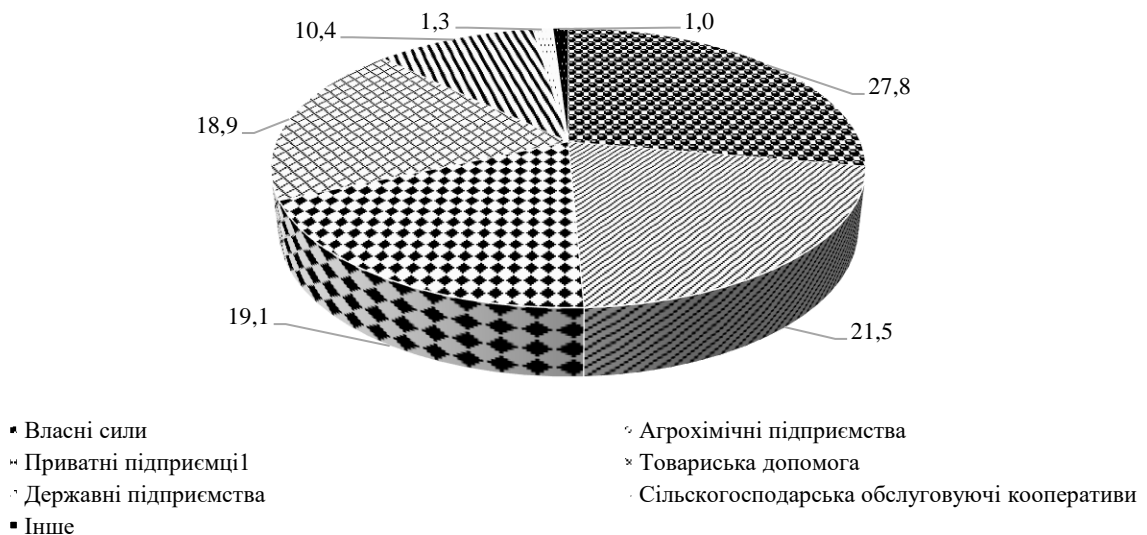


Рисунок 2.10 – Джерела отримання агрохімічних послуг виробниками сільськогосподарської продукції

Джерело: результати досліджень автора

З рисунку 2.10 видно, що 27,8 % опитаних використовують наявні ресурси та здійснюють агрохімічні заходи власними силами, 18,9 % – використовують товариську допомогу. Однак, значна частина сільськогосподарських підприємств, а саме 52,3 %, користуються послугами підприємств агрохімічного сервісу. І лише 1,3 % агропідприємств звертаються до послуг кооперативних товариств.

В процесі дослідження також були визначені найбільш необхідні для виробників сільськогосподарської продукції агрохімічні послуги (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 – Найбільш необхідні для виробників сільськогосподарської продукції агрохімічні послуги

Вид послуг	Частка респондентів*, %
Проведення агрохімічного аналізу (діагностики) ґрунтів та/або рослин	89,7
Вапнування кислих ґрунтів	88,9
Механізовані роботи з агрохімічного захисту сільськогосподарських культур від шкідників та хвороб	72,1
Реалізація мінеральних добрив зі складу агрохімічного формування	52,1
Реалізація мінеральних добрив з доставкою господарству	44,2
Кваліфікована консультація фахівців у цій справі	42,7
Реалізація засобів захисту рослин зі складу агрохімічного формування	29,6
Внесення мінеральних добрив	29,1
Транспортування органічних добрив	27,1
Внесення органічних добрив	23,9
Реалізація засобів захисту рослин з доставкою господарству	22,2
Приготування компостів	11,5
Гіпсування солонцюватих ґрунтів	11,1

Джерело: результати досліджень автора

*Примітка: респонденти мали можливість назвати кілька видів послуг, тому їх частка у загальній структурі представлена із врахуванням загальної кількості позитивних відповідей

Так, виробників сільськогосподарської продукції вважають найбільш доцільним використання послуг спеціалізованих підприємств агрохімічного

сервісу для виконання таких робіт: 89,7 % – проведення агрохімічного аналізу (діагностики) ґрунту та/або рослин; 88,9 % – вапнування кислих ґрунтів; 72,1 % – механізовані роботи з агрохімічного захисту сільськогосподарських культур від шкідників та хвороб.

Значна частина (22,2-52,1 %) респондентів позитивно оцінює перспективи купівлі агрохімічних засобів безпосередньо в агрохімічних підприємств, 23,9-29,1 % вважають необхідним використання послуг підприємств агрохімічного сервісу задля транспортування та внесення мінеральних і органічних добрив. А 42,7 % опитаних вважають необхідним отримання консультативних послуг з питань ефективного здійснення агрохімічних заходів та використання засобів хімізації.

Складна економічна ситуація, яка сьогодні склалася в країні безпосередньо впливає на причини, які спонукають виробників сільськогосподарської продукції задовольняти потребу в агрохімічних послугах самостійно (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Основні причини самостійного задоволення потреб в агрохімічних послугах

Варіант відповіді	Структура, %
Нестача коштів	45,4
Високі ціни на послуги сервісних структур	18,4
Власна ресурсна спроможність здійснення агрохімічних заходів	13,5
Незадовільна якість послуг, наданих агрохімічними підприємствами	7,1
Негативний досвід співпраці із агрохімічним підприємством	5,7
Вузкий асортимент послуг агрохімічних підприємств	5,0
Недостатня інформація про агрохімічне підприємство та пакет його послуг	3,5
Інші причини	1,4
Всього	100

Джерело: результати досліджень автора

Найголовнішими причинами є нестача коштів, а саме: складний фінансово-економічний стан виробників сільськогосподарської продукції (45,4 %) та висока ціна на послуги підприємств агрохімічного сервісу (18,4 %).

Необхідним також вважалося визначення основних причин, які спонукають виробників сільськогосподарської продукції звертатись за допомогою до спеціалізованих підприємств агрохімічного сервісу. Результати представлені у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Основні причини використання послуг підприємств агрохімічного сервісу

Варіант відповіді	Структура, %
Немає можливості здійснювати роботи з агрохімічного сервісу самостійно з таких причин:	57,3
– відсутність необхідної техніки та устаткування	18,8
– відсутність складів для зберігання хімічної продукції	12,8
– відсутність необхідного набору засобів хімізації	11,1
– відсутність кваліфікованих спеціалістів	7,7
– бажання користуватися послугами фахівців	6,9
Якість обслуговування	10,3
Фінансова доцільність залучення сторонніх послуг	9,4
Партнерські відносини із агрохімічними підприємствами	7,7
Потреба у зосередженні на основній діяльності	7,7
Асортимент послуг	6,0
Інше	1,6
Всього	100

Джерело: результати досліджень автора

Найбільш вагомою причиною зазначили відсутність можливості здійснювати роботи агрохімічного сервісу самостійно 57,3 % опитаних, із них:

- 18,8 % – відсутність необхідної техніки та устаткування;
- 12,8 % – відсутність складів для зберігання хімічної продукції;
- 7,7 % – відсутність кваліфікованих спеціалістів;
- 6,9 % – бажання користуватись послугами професіоналів.

Високу якість наданих послуг зазначають 10,3 % респондентів, а 9,4 % вважають, що для них використання сторонньої допомоги при здійсненні агрохімічних заходів є виправданим з фінансового погляду. Така позиція, передусім, пояснюється сезонністю потреб в агрохімічних послугах. Отже, для переважної більшості виробників сільськогосподарської продукції більш ефективним є залучення підприємств агрохімічного сервісу, крім того, витрати на здійснення агрохімічних заходів відносяться до змінних витрат і переносяться на собівартість продукції, що у разі збільшення врожаю дозволяє отримати додатковий прибуток. Ще однією причиною співробітництва із агрохімічними підприємствами у 7,7 % опитаних зазначена наявність партнерських відносин, що обумовлене можливістю отримання економічної вигоди за рахунок відтермінування платежів за отримані послуги, системи знижок або гнучких умов оплати наданих послуг.

За результатами проведених досліджень можна стверджувати що існують значні перспективи розвитку обслуговуючих підприємств агрохімічного сервісу Хмельницької області. Наразі вбачається доцільним розробити пропозиції щодо удосконалення діяльності підприємств агрохімічного сервісу на засадах маркетингу.

Висновки до другого розділу

В умовах складної ситуації, в якій опинилася Україна, найбільший клопіт для вітчизняного агровиробника – це наявність мінеральних добрив та коливання ціни впродовж 2022 року. В першу чергу, представників агробізнесу цікавлять азотні добрива. Щорічно аграрії України вносять приблизно 1,7-2,0 млн т у перерахунку на поживні речовини.

Аналіз митної статистики показав, що на різні види імпортованих азотних добрив ціни зросли від 30 % до більш ніж 2-х кратного збільшення. Наприклад, за курсом 28 грн за 1 долар (курс 2021 року), ціна 1 т імпортованої аміачної селітри (ціна представлена у перерахунку на діючу речовину – азот) становила 50,3 тис. грн.

Українським виробникам наразі не вистачає власного аміаку, тому його практично не продають ні на внутрішній ринок, а ні на експорт.

Товариство з обмеженою відповідальністю «АМОНІЙ ГРУП» було створене у червні 2016 року у м. Хмельницькому.

Протягом семи років ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» співпрацює з фермерськими господарствами та агропідприємствами та займається реалізацією добрив, транспортуванням та внесенням в ґрунт безводного аміаку (ГОСТ 6221-90). Товариство має висококваліфікованих працівників, з допуском до робіт із внесення хімічних добрив підвищеної небезпеки.

Аналіз техніко-економічних показників підприємства дозволяє стверджувати, що, не зважаючи на економічну кризу, ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» є успішним та прибутковим підприємством зі значними перспективами розвитку.

За результатами проведених маркетингових досліджень рівня попиту на ринку агрохімічних заходів можна стверджувати що існують значні перспективи розвитку обслуговуючих підприємств у Хмельницькій області. Тому вбачається доцільним розробити пропозиції щодо удосконалення діяльності підприємств агрохімічного сервісу на засадах маркетингу.

3 Впровадження елементів маркетингу у діяльність підприємств агрохімічного сервісу

3.1 Удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Маркетингова діяльність є необхідною умовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання в ринкових умовах. Проведені дослідження показали, що підприємства агрохімічного сервісу Хмельницької області не приділяють належної уваги впровадженню елементів маркетингу та дієвому плануванню власного бізнесу. До компетенції маркетингових служб відноситься проведення маркетингових досліджень, але, переважна більшість підприємств агрохімічного сервісу (89,3 %) їх не мають. До таких підприємств належить і ТОВ «АМОНІЙ ГРУП». Дане дослідження показало, що наявність маркетингових підрозділів викликане також необхідністю координації та збалансування технологічного та економічного попиту на послуги агрохімічного сервісу. Все це пояснює необхідність розвитку маркетингової діяльності, та створення служби маркетингу (посади маркетолога), яка має стати невід'ємною складовою в організаційній структурі зазначеного підприємства.

Завдання маркетингу в межах ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» повинні вирішуватись у два етапи. На першому етапі необхідно визначити потреби цільової аудиторії в у агрохімічних засобах та послугах. На другому етапі має бути сформований інструментарій впровадження організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити вирішення виявлених потреб.

Стратегічне планування дозволить визначити ключові компетенції підприємства агрохімічного сервісу, а саме:

- спрямування діяльності та виявлення потреби виробників

сільськогосподарської продукції у послугах агрохімічних підприємств;

- планування обсягів надаваних послуг та встановлення на них економічно-обґрунтованих цін;
- визначення сильних та слабких сторін ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» та відповідності між метою його діяльності і потенційними можливостями;
- організація раціонального розподілу ресурсів тощо.

Крім того, проблема загострюється через відсутність чіткої стратегії розвитку і ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» може втратити свою позицію на ринку та вийти з нього. Така ситуація характерна для багатьох підприємств агрохімічного сервісу не лише Хмельницької області, а і країни в цілому (рисунок 3.1).

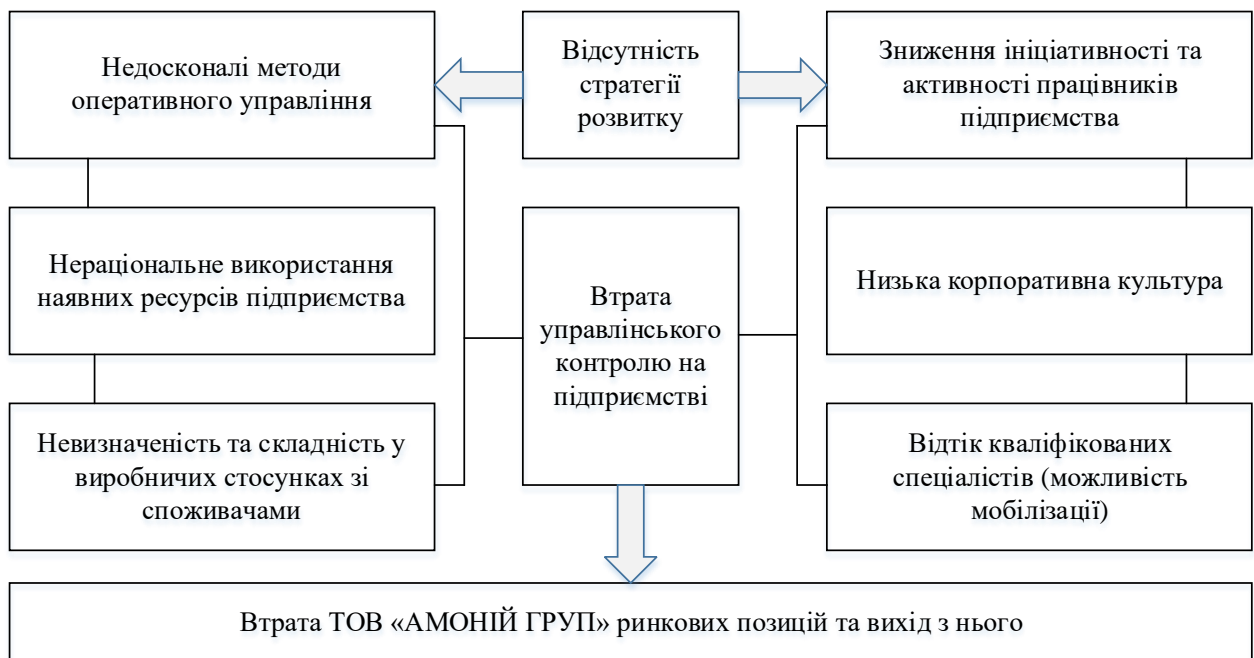


Рисунок 3.1 – Об’єктивні чинники, що можуть призвести ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» до виходу з ринку при відсутності стратегії розвитку

Джерело: сформовано автором

Процес стратегічного планування діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» представлено на рисунку 3.2.

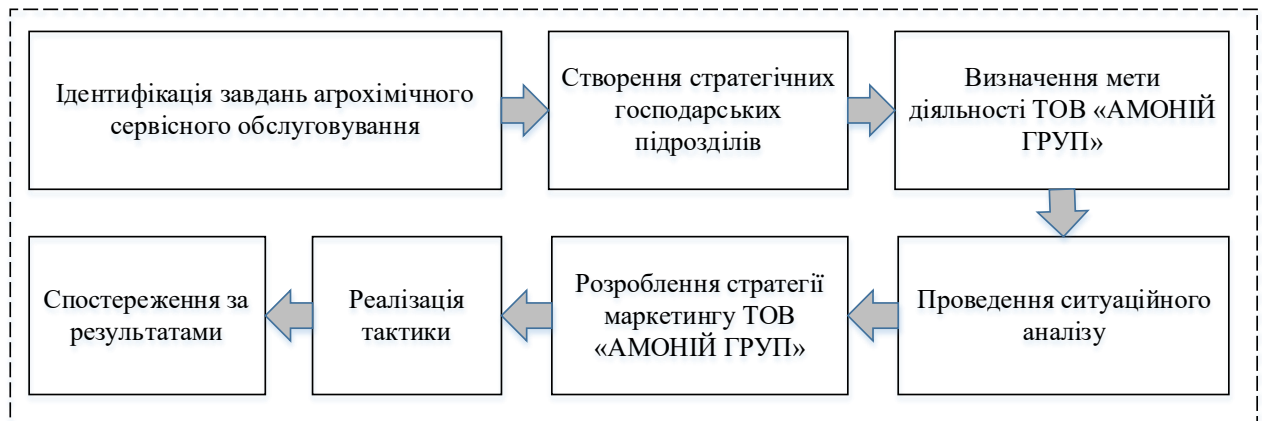


Рисунок 3.2 – Процес стратегічного планування діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: сформовано автором

Перспективи розвитку ринку агрохімічних засобів свідчить про зростання попиту на послуги агрохімічного сервісу і тому вміння адаптуватися до умов зовнішнього та внутрішнього середовища є необхідною умовою їх ефективного функціонування. Відповідно постає питання здійснення аналізу маркетингового середовища суб'єктів підприємств агрохімічного сервісу. Такий аналіз особливо актуальний через необхідність ідентифікації можливостей та загроз, що виникають відповідно до сприятливих і негативних змін зовнішнього середовища, оскільки вони суттєво впливатимуть на ринкову позицію підприємства агробізнесу. Водночас, слід ідентифікувати сильні та слабкі сторони, які формують конкурентні переваги та недоліки структур агрохімічного сервісу. Відомо, що можливості та загрози для підприємства зумовлюють, як правило, зовнішні, тобто неконтрольовані або слабо контрольовані фактори (макросередовище), а сильні та слабкі сторони – внутрішні фактори (мікросередовище), тобто ті, які можна проконтролювати з боку підприємства (рисунок 3.3).

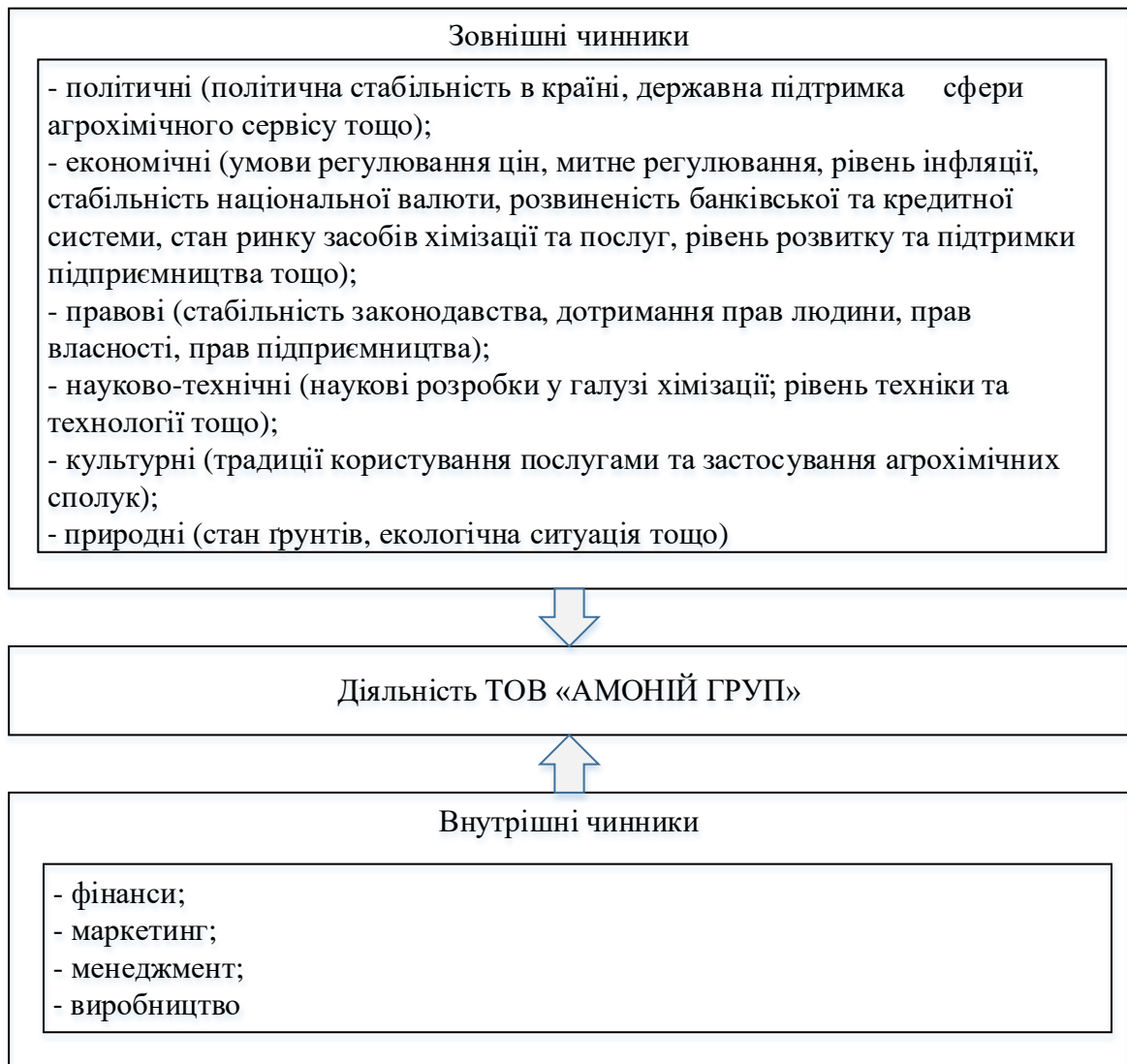


Рисунок 3.3 – Вплив макро- та мікросередовища на діяльність ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: сформовано автором

Значна кількість чинників, що впливають на розвиток агрохімічного сервісу та їх неоднорідність ускладнюють здійснення ґрунтового аналізу та визначення безпосереднього впливу кожного із них. Тому в роботі було розглянуто вплив найбільш вагомих. Результати, які узагальнені у таблицю SWOT-аналізу, нададуть можливість визначити місце маркетингової складової у формуванні стратегічної орієнтації ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» (рисунок 3.4).

Фактор	<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зростання попиту на послуги агрохімічного сервісу у цільових споживачів; – збільшення місткості ринку сільськогосподарського виробництва та агрохімічного сервісу; – перспективи розвитку сфери агрохімічного сервісу 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сезонний характер надання послуг агрохімічного сервісу; – зниження платоспроможності агровиробників; – зростання кількості конкурентів; – проблема залучення фінансових інвестицій; – підвищення вимог до якості та вартості послуг агрохімічного сервісу з боку цільового споживача
<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> – досвід роботи на вітчизняному ринку; – адаптування асортименту послуг до вимог цільового ринку; – можливість побудови довгострокових стосунків зі споживачами; – стабільні канали розподілу та реалізації агрохімічних засобів та послуг; – систематичний контроль за процесом надання послуг 	<p>Як скористатися можливостями, використовуючи сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> – впровадження нових видів та форм агрохімічного сервісу задля збільшення місткості ринку; – збільшення обсягів реалізації традиційних послуг; – розвиток концепції партнерського маркетингу зі споживачами, формування пільгових умов для постійних клієнтів та економічно доцільних варіантів співпраці з ними; – можливості виходу на нові сегменти ринку; – забезпечення системного контролю за процесом надання агрохімічних послуг 	<p>За рахунок яких сильних сторін можливо нейтралізувати загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зниження впливу сезонності за рахунок розширення сфери послуг; – гнучкі умови оплати (відтермінування платежу, оплата частинами) послуг; – надання агрохімічних послуг більш високої якості та за дешевшими цінами, порівняно з конкурентами; – підвищення можливості залучення фінансових ресурсів за умови доєднання до кооперативів та кластерів
<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> – брак фінансових ресурсів; – виробничі потужності використовуються на 40-45 %; – залежність від сезонного характеру здійснення агрохімічних заходів; – відсутність або нерегулярність маркетингових досліджень; – низький рівень адміністрування виробничих процесів 	<p>Які слабкі сторони можуть завадити скористатися можливостями:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обмеженість фінансових ресурсів (проблема ліквідності) для освоєння більшого сегменту ринку та розширення асортименту послуг; – неможливість забезпечення зростаючого попиту на агрохімічні послуги через технологічну неспроможність потужностей; – неспроможність розширювати ринок збуту через сезонний характер послуг; – недостатність або відсутність маркетингових досліджень, що позначається на ефективності управлінських рішень 	<p>Яких загроз, ускладнених слабкими сторонами, необхідно уникати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – скорочення попиту через підвищення ціни на агрохімічні засоби та воєнний стан та загроза неспроможності профінансувати власну діяльність, що призводить до втрати ринкових позицій; – атаки конкурентів та зменшення обсягів реалізації послуг в періоди «міжсезоння»; – недостатнє використання наявних потужностей, можливість втрати клієнтів через застарілість технологічного парку; – обмеженість доступу до інформації про стан ринку послуг агрохімічного сервісу; – неможливість проведення маркетингових досліджень через відсутність спеціалістів та недостатнє фінансування; – неспроможність прийняття дієвих управлінських рішень щодо вирішення ключових проблем через нестачу інформації

Рисунок 3.4 – Матриця SWOT-аналізу формування конкурентних переваг ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: сформовано автором

В процесі маркетингових досліджень діяльності підприємства агрохімічного сервісу є необхідним визначення видів послуг, які користуються найбільшим попитом. Це пояснюється тим, що виробники сільськогосподарської продукції змушені відмовлятися від багатьох із них, обираючи найбільш необхідні та такі, що відповідають реальним фінансовим можливостям. Тому доцільним є визначення попиту для різних сегментів за видами послуг та групами споживачів.

Попит за видами послуг залежить від площі та структури посівів, потенційних можливостей виробництва або імпорту необхідних агрохімічних засобів, норм їх використання, передбачених технологічними програмами, а також фінансовою спроможністю цільових споживачів. Кожна група споживачів визначає свої потреби, виходячи із загальних обсягів агровиробництва, забезпечення власними матеріально-технічними ресурсами для реалізації агрохімічних заходів, наявністю кваліфікованих кадрів, відстанню від підприємства агрохімічного сервісу тощо.

Важливим елементом організації ефективного агрохімічного сервісу є система стимулювання якості та своєчасного надання послуг, що, враховуючи їх вартість є важливим фактором впливу на формування попиту цільових споживачів. Працівники агрохімічних підприємств, які безпосередньо залучені до виконання технологічних операцій, повинні бути зацікавлені у підвищенні їх якості та вчасному виконанні. Це можна здійснити за рахунок створення раціональної системи матеріального стимулювання та забезпечення одночасного контролю якості послуг агрохімічного сервісу з обох сторін (і виконавця, і замовника), що має відповідним чином відобразитися в угодах між обслуговуючою структурою агрохімічного сервісу та агропідприємством.

На ринку агрохімічних послуг пропозиція має відповідати платоспроможному попиту на них з боку агропідприємств, однак низька фінансова забезпеченість аграріїв нівелює цю умову. Відповідно до проведених

досліджень, 45,4 % респондентів зазначили, що найсуттєвішою причиною здійснення агрохімічних заходів самостійно або відмові від них є фінансова неплатоспроможність. Тому при визначенні рівня попиту на послуги необхідним є аналіз платоспроможності агропідприємства. У випадку низької платоспроможності, перед прийняттям рішення щодо співпраці необхідно виявити характер такого стану. У разі тимчасового явища доцільним є пропозиція із надання послуг з гнучкою оплатою або її відтермінування.

Іншим важливим фактором, який безпосередньо впливає на діяльність ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» є сезонний характер функціонування сільськогосподарського виробництва. Це вимагає пошуку шляхів використання працівників та техніки протягом цілого року. Розширення сфери послуг дозволить нейтралізувати цю загрозу. При формуванні переліку пропозицій щодо розширення видів послуг важливим є врахування зміни розмірів виробництва виробників сільськогосподарської продукції з огляду на стрімкий розвиток фермерських господарств.

Відтак, для ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» утримання конкурентних переваг на ринку агрохімічних послуг в довгостроковому періоді можливе за умов, представлених на рисунку 3.5.

ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» може розширити сферу послуг шляхом диверсифікації діяльності, пов'язаної із основним виробничим напрямом, наприклад:

- змішування добрив у науково обґрунтованих пропорціях;
- розфасовування добрив у дрібну тару, що надасть можливість забезпечення власників особистих підсобних господарств;
- розширення транспортних та ремонтних послуг;
- проведення дослідних робіт щодо ефективності використання агрохімічних засобів.

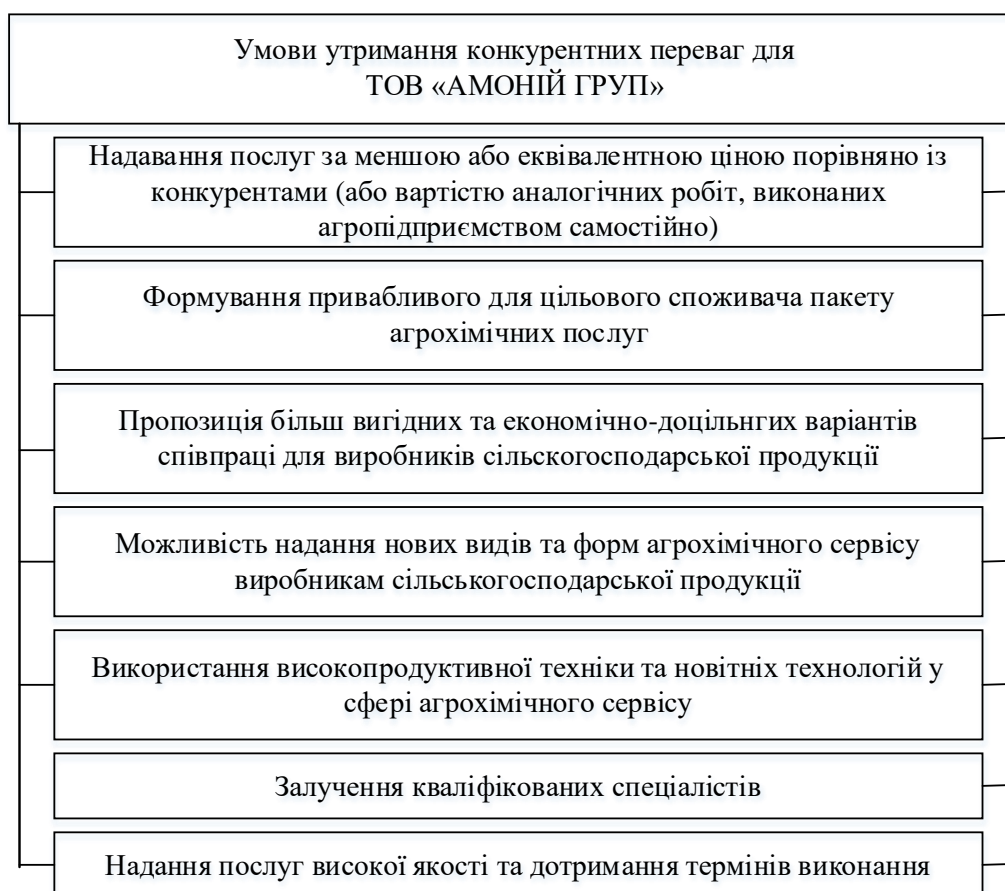


Рисунок 3.5 – Умови утримання конкурентних переваг ТОВ «АМОНІЙ ГРУП»

Джерело: сформовано автором

Успішність функціонування будь-якого підприємства на цільовому ринку визначається наявністю дієвої стратегії, тому розроблення етапів її формування з урахуванням маркетингової складової сприятимуть ефективному управлінню ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» (рисунок 3.6).

Зважаючи на вищезазначене, можна стверджувати, що в сучасних умовах господарювання використання маркетингового підходу до управління діяльністю підприємств агрохімічного сервісу надають значні переваги.

Це обумовлено тим, що отримана в результаті маркетингових досліджень вчасна та достовірна інформація, дозволяє підприємству прогнозувати обсяги всіх своїх ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових) відповідно до обсягів робіт, як реальних, так і потенційних.

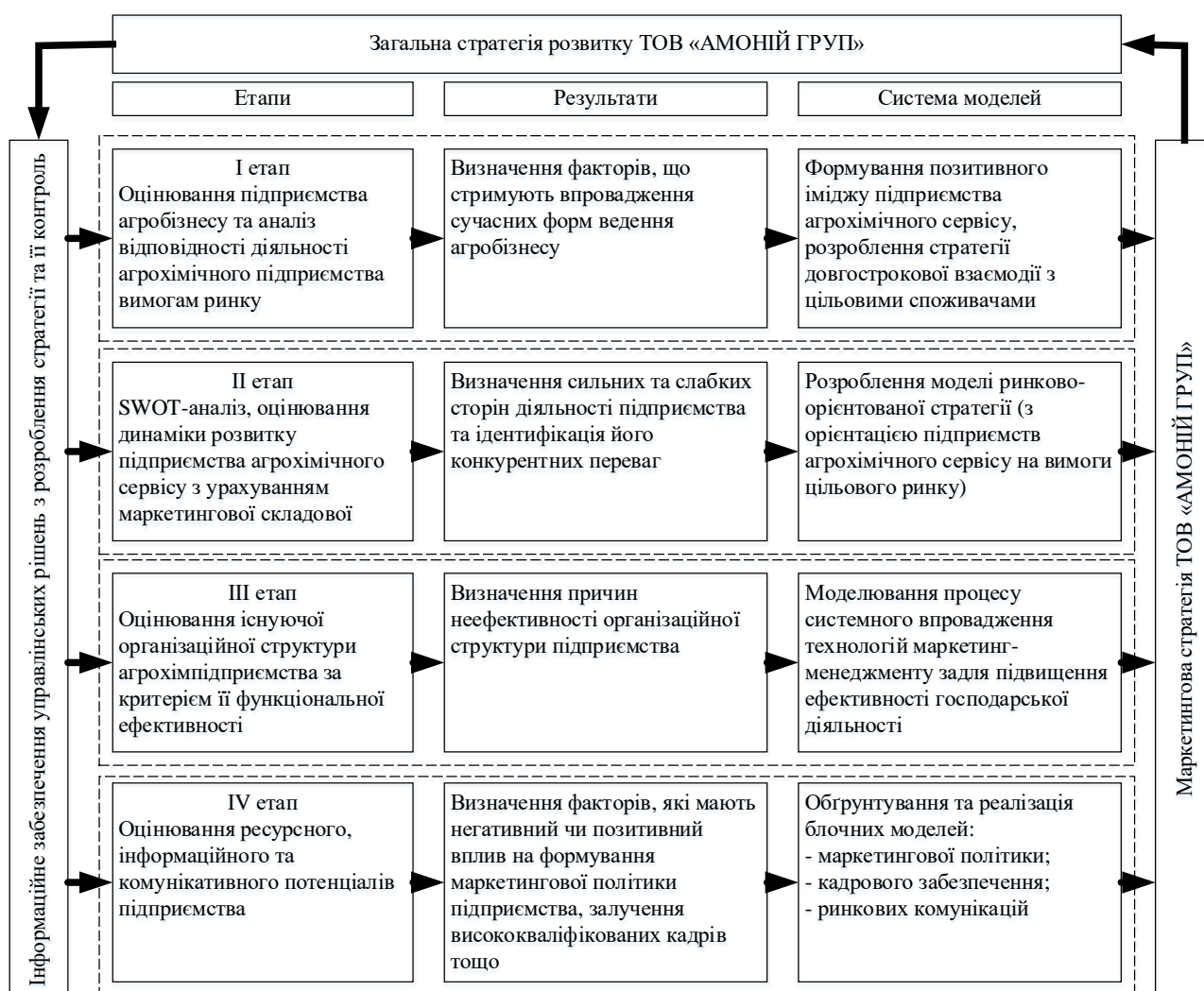


Рисунок 3.6 – Етапи розроблення стратегії розвитку підприємств ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» з урахуванням маркетингового підходу

Джерело: сформовано автором

Запропонований підхід дозволить розробити пропозиції щодо побудови та розвитку стратегії функціонування підприємства, без якої існує ризик втрати власних ринкових позицій. Впровадження стратегічного планування на основі маркетингових досліджень, на відміну від інших концепцій управління, дає можливість прогнозування майбутньої діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» відповідно до ринкових змін, і, водночас, працювати на існуючий ринок, розробляти комплекс взаємоузгоджених заходів щодо всього комплексу

маркетингу тощо.

Отже, стає очевидним, що діяльність підприємств агрохімічного сервісу повинна ґрунтуватись на маркетингових принципах, концептуальною основою якого є задоволення потреб виробників аграрної продукції у повноцінному агрохімічному обслуговуванні власного виробництва. Зазначений підхід відповідає вимогам ринку та ефективної сільськогосподарської діяльності, а також допоможе сфері агрохімічного сервісу адаптуватися до мінливого ринкового середовища.

3.2 Використання інформаційних технологій в діяльності підприємства агрохімічного сервісу

На сучасному етапі розвитку агровиробництва в Україні важливу роль відіграє використання сучасних технологій та науково-технічних розробок. У ринкових умовах зростає потреба загального розвитку науки як генератора науково-технічного прогресу, що тісно пов'язана з розвитком та впровадженням сучасних інформаційних технологій. Використання інновацій в діяльності підприємств агрохімічного сервісу є засобом підвищення ефективності діяльності, а також засобом адаптації до змін макросередовища.

Дослідження свідчать, що загальний рівень інформатизації підприємств аграрного та агрохімічного сектору досить низький, Лише 42 % підприємств в тій, чи іншій мірі зверталися до інформаційних технологій при здійсненні виробничої діяльності [44]. Найчастіше це пояснюється відсутністю фінансових ресурсів для вкладень у технології, що підвищують ефективність виробництва. Однак уже зараз знаходяться одиниці агропідприємств-лідерів у використанні найсучасніших і дорогих інформаційних систем.

В умовах сьогодення одним із головних завдань з розв'язку продовольчих питань і необхідності підвищення конкурентоспроможності виробників сільськогосподарської продукції є інтенсифікація агропромислового виробництва. Зважаючи на те, що у значній мірі продуктивність агровиробництва залежить від ефективності реалізації агрохімічних заходів, питання впровадження інноваційних технологій в діяльність підприємств агрохімічного сервісу є досить актуальними.

Використання автоматизації, комплексної механізації та розвиток інформаційних технологій, що підвищують рівень комунікацій між агровиробниками та підприємствами агрохімічного сервісу, дозволять кожному одиницю використаних ресурсів конвертувати в більшу кількість та різноманітність високоякісної продукції.

Активність підприємства на ринку інформаційних технологій залежить, у першу чергу від:

- виробничого потенціалу підприємства, що характеризує загальний стан (спад, підйом) і, відповідно, актуальність потреби в інформатизації;
- можливість залучення інвестицій, кількість і структура яких залежить від довготерміновості проектів та визначає потенціал підприємства як замовника ІТ-забезпечення, а також вибір типу інформаційних систем (наприклад, САПР, CRM, система TETRA, проект MARS тощо);
- використання новітніх засобів та технологій при здійсненні агрохімічних заходів. Як правило, такі підприємства намагаються максимально відповідати світовим стандартам та дотриманням екологічних норм.

Задля підвищення співпраці аграріїв та підприємств агрохімічного сервісу в Україні запуснені в дію онлайн-платформи FarmFleet, яка забезпечить професійний розвиток ринку сервісного бізнесу агрохімічної сфери та сприятиме посиленню продовольчої безпеки країни.

Як зазначалося в попередніх дослідженнях, залучення зовнішніх виконавців для здійснення агрохімічних заходів відбувається через «сарафанне радіо» і не є повністю контрольованим процесом. В таких умовах агропідприємства не мають можливості планувати технічні ресурси навіть за декілька тижнів до здійснення агрохімічних заходів в полях. Головна задача платформи FarmFleet – дати аграрним виробникам дієвий ринковий інструмент для залучення зовнішніх підприємств агрохімічного сервісу, із гарантуванням та контролем якості та можливістю довгострокового планування.

Доєднання ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» до цієї платформи дозволить підприємству покращити свої ринкові позиції, збільшити коло потенційних споживачів агрохімічних послуг і, в подальшому, опанувати нові види здійснення агрохімічних заходів (наприклад обробка рослин за допомогою сільськогосподарських дронів).




Ефективність залучення до цієї платформи пояснюється тим, що в сезон агропідприємства працюють в умовах максимального навантаження на власну техніку, а це обмежує вчасне та якісне внесення агрохімічних засобів. В цей період аграрії фокусуються пошуку додаткових ресурсів та управлінні адміністративними процесами, що часто знижує ефективність їх виробничої діяльності.




Платформа FarmFleet пропонує рішення для виробників агропродукції та компаній агрохімічного сервісу, дозволяючи поєднати потреби у виконанні агрохімічних заходів та можливості їх задоволення із залученням зовнішніх виконавців (рисунок 3.7).

FarmFleet для агробізнесу

Чому FarmFleet?

Зосереджуйтеся на врожаї та підвищенні ефективності, а FarmFleet допоможе в пошуку та адмініструванні аутсорс-послуг. FarmFleet, як спеціалізоване рішення для агробізнесу, спрощує пошук зовнішніх ресурсів для виконання агротехнічних операцій та адміністрування співпраці з сервісними компаніями.

-  Легко знаходьте виконавців
-  Контролюйте результат в полі
-  Керуйте документообігом в цифровому вигляді

-  Плануйте вчасне виконання операцій
-  Миттєво здійснійте платежі
-  Інтеграція з зовнішніми farming management systems

Замовити консультацію

Відеоприклад реєстрації

Рисунок 3.7 – Переваги платформи FarmFleet

Джерело: [37]

Така платформа формує прозорий та інтелектуальний ринок аутсорсингових послуг агрохімічного сервісу. FarmFleet надає можливість розширення можливості агропідприємств щодо проведення агрохімічних заходів вчасно та якісно в умовах мінливої погоди, обмеження власних ресурсів та сезонних пікових навантажень. Завдяки її використанню агропідприємства можуть більше приділяти уваги підвищенню ефективності кожного гектара сільськогосподарських угідь та не витратити час на пошук ресурсів та адміністрування.

FarmFleet сьогодні, як єдина в своєму роді платформа, стала продуктом спільної роботи лідерів українського ринку з багаторічним досвідом в сферах робототехніки та безпілотних технологій, агрохімії, AgTech-рішень в агробізнесі та сервісного бізнесу в сільському господарстві [37].

Ще однією можливістю підвищення власної конкурентоспроможності за допомогою інновації є співпраця із проектом MARS, який проводиться на базі

Українського науково-дослідного інституту прогнозування та випробування техніки та технологій для сільськогосподарського виробництва ім. Л. Погорелова.

Цей проєкт ґрунтується на багатофакторному аналізі різної інформації:

- супутникової;
- метеорологічної;
- агрометеорологічної;
- статистичної [44].

Проєктом проводиться обробка космічної або аерофотозйомки великих площ для вирішення завдань масштабного картування полів і побудови цифрових карт рельєфу. На цих даних базується матеріальна основа геоінформаційної системи (ГІС) для точного землеробства. Дані, отримані за допомогою дистанційного зондування можуть бути використані для складання тематичних карт, які будуть використовуватись під час агротехнічних заходів. Особливо ефективні такі карти для диференційованого внесення агрохімічних засобів і меліорантів тощо, тобто для систем точного землеробства.

Співпраця з даним проєктом та проведення агрохімічного аналізу ґрунтів власними силами ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» дозволить більш ефективно пропонувати свої послуги аграріям та формувати базу потенційних клієнтів.

Основне призначення систем точного землеробства – це диференційований підхід до окремих ділянок полів. Відомо, що розбіжності у родючості ґрунту і ступені розвитку рослин усередині поля досить значні. Ці розбіжності підтверджують зображення полів, отримані на космічних знімках. На їх основі будують різні тематичні цифрові карти. Виявивши на картах проблемні зони, агровиробник приймає рішення про відповідні агротехнічні заходи. За впровадження системи точного землеробства аграрії відкривають для себе реальні можливості виробництва якісної продукції та збереження навколишнього середовища. Крім цього досягається підвищення врожайності до 30 % при одночасному зниженню витрат на агрохімічні засоби до 30 %, а на інгібітори – до

50 %. Основними результатами, що досягаються за допомогою застосування технологій точного землеробства є:

- мінімізація витрат за рахунок оптимізації використання витратних матеріалів;
- підвищення врожайності і якості агропродукції;
- зменшення негативного впливу сільськогосподарського виробництва на природне середовище;
- підвищення родючості ґрунтів.

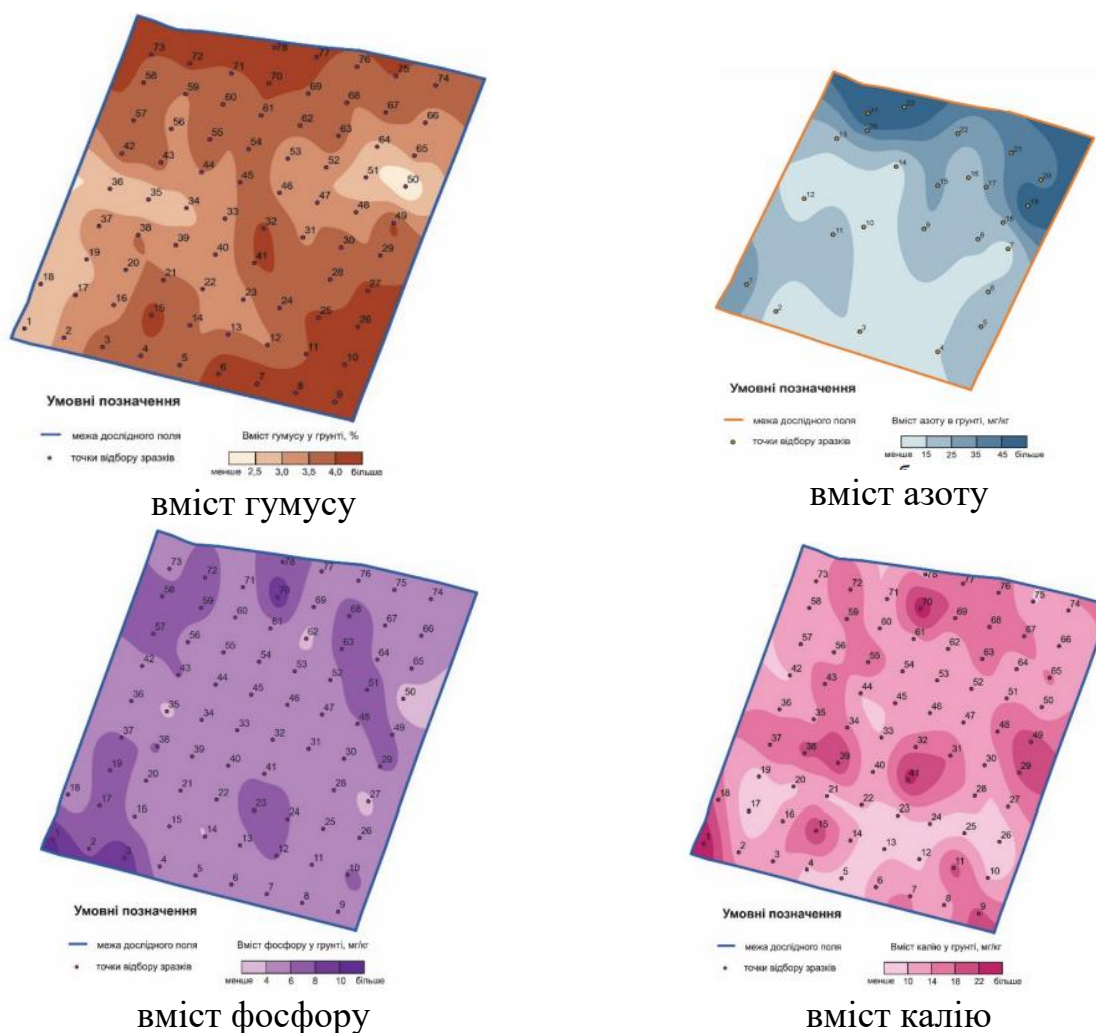
Основою технології точного землеробства виступають технічні засоби, що використовуються під час її дії. Основою наукової концепції точного землеробства є уявлення про неоднорідність ґрунтів у межах одного поля. Задля їх оцінювання використовуються сучасні технології, такі як:

- системи глобального позиціонування (GPS), спеціальні датчики;
- дані дистанційного зондування Землі, зокрема аеро-фотознімки і знімки зі супутників, супутникова радарна зйомка, електромагнітна індукція, NDVI;
- технічні системи, що допомагають виявити неоднорідність поля;
- автоматичні пробовідбірники;
- різні сенсори та вимірювальні комплекси;
- збиральні машини з автоматичним урахуванням врожаю;
- прилади дистанційного зондування сільськогосподарських посівів, а також спеціальні програми для агроменеджменту на базі геоінформаційних систем (ГІС) [50].

Враховуючи, що майже кожне розвинене господарство має агротехніку, оснащену новим комп'ютерним обладнанням, а над сільгоспугіддями літають дрони, то механізоване взяття проб ґрунтів та їх аналіз стали простою та розповсюдженою системою у веденні сільського господарства. Однією з умов вдалого застосування точного землеробства є наявність у розпорядженні керівництва агропідприємством повної інформації про ділянки землі. Тому

неможливо переоцінити ті дані, що дозволяє отримати агрохімічний аналіз ґрунту. Чим більше інформації про ґрунти ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» може запропонувати для агропідприємства, тим ефективніше агровиробник зможе їх обробляти. Для використання технологій точного землеробства необхідно мати точні електронні картограми вмісту поживних речовин для всіх сільськогосподарських угідь.

Як приклад послуг, які може пропонувати ТОВ «АМОНІЙ ГРУП», в середовищі ГІС було складено картограми вмісту азоту, гумусу, фосфору і калію для окремого поля в Хмельницькому районі (рисунки 3.8).



Рисунки 3.8 – Приклади картограм вмісту поживних речовин в ґрунті

Джерело: середовище ГІС

Використання ГІС та залучення інформації про поле (якість ґрунтів), дозволяє встановити зв'язок між врожайністю та іншими характеристиками угідь. Це програмне наповнення дозволяє:

- забезпечити автоматизоване ведення просторово-атрибутивних даних;
- створення картотеки сільськогосподарських полів;
- генерацію, оптимізацію і реалізацію агротехнічних та агрохімічних заходів з врахуванням варіабельності характеристик в межах оброблюваних угідь.

За наявності такої інформації агровиробник може змінювати технології обробітку ґрунту, корегувати сівозміни, нормувати внесення агрохімічних засобів у конкретну зону.

Співпраця з проєктом MARS дає доступ до геоінформаційної системи, яка збирає та обробляє інформацію, що характеризує стан полів. ГІС дозволяє складати карти продуктивності полів та карти родючості ґрунтів, аналізувати метеофактори тощо. Надання подібної інформації агровиробникам у вигляді консалтингу також посилить позиції ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» на ринку послуг агрохімічного сервісу.

Висновки до третього розділу

Маркетингова діяльність є необхідною умовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання в ринкових умовах. Проведені дослідження показали, що підприємства агрохімічного сервісу Хмельницької області не приділяють належної уваги впровадженню елементів маркетингу та дієвому плануванню власного бізнесу.

Завдання маркетингу в межах ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» повинні вирішуватись у два етапи. На першому етапі необхідно визначити потреби цільової аудиторії в агрохімічних засобах та послугах. На другому етапі має бути сформований інструментарій впровадження організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити вирішення виявлених потреб.

Запропонований підхід дозволить розробити пропозиції щодо побудови та розвитку стратегії функціонування підприємства, без якої існує ризик втрати власних ринкових позицій. Впровадження стратегічного планування на основі маркетингових досліджень, на відміну від інших концепцій управління, дає можливість прогнозування майбутньої діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» відповідно до ринкових змін, і, водночас, працювати на існуючий ринок, розробляти комплекс взаємоузгоджених заходів щодо всього комплексу маркетингу тощо.

Використання інформаційних технологій в діяльності підприємства агрохімічного сервісу, а саме доєднання до платформи FarmFleet та проєкту MARS дозволить збільшити кількість потенційних споживачів, підвищити якість надаваних послуг, відкриє перспективи опанування нових видів послуг.

Висновки

В сучасних умовах інтенсивного ведення сільського господарства захист рослин хімічними засобами разом з іншими традиційними факторами інтенсифікації (механізація, хімізація, меліорація земель тощо) залишається одним з оптимальних напрямів ефективного розвитку агровиробництва та необхідним заходом подальшого підвищення рівня родючості ґрунтів та розв'язку проблеми світової продовольчої безпеки.

Послуги загалом виступають об'єктом ринкових відносин, адже, маючи свою вартість, перетворюються на товар. Агрохімічні послуги мають певні особливості, які викликають пов'язані із цим ризики, ідентифікація яких дозволить їх нейтралізувати, або хоча б мінімізувати їх вплив.

Впровадження нових організаційних форм агрохімічного сервісу обумовлене і тим, що не кожне підприємство, особливо невелике за розмірами, має можливість встановлення прямих контактів безпосередньо із виробниками агрохімічних засобів, які зазвичай є крупними суб'єктами бізнесу. Форма агрохімічного сервісу на основі інтеграційного підходу дозволить підвищити його ефективності за рахунок ефекту синергії.

В умовах складної ситуації, в якій опинилася Україна, найбільший клопіт для вітчизняного агровиробника – це наявність мінеральних добрив та коливання ціни впродовж 2022 року. В першу чергу, представників агробізнесу цікавлять азотні добрива. Щорічно аграрії України вносять приблизно 1,7-2,0 млн т у перерахунку на поживні речовини.

Аналіз митної статистики показав, що на різні види імпортованих азотних добрив ціни зросли від 30 % до більш ніж 2-х кратного збільшення. Наприклад, за курсом 28 грн за 1 долар (курс 2021 року), ціна 1 т імпортованої аміачної

селітри (ціна представлена у перерахунку на діючу речовину – азот) становила 50,3 тис. грн.

Українським виробникам наразі не вистачає власного аміаку, тому його практично не продають ні на внутрішній ринок, а ні на експорт.

Товариство з обмеженою відповідальністю «АМОНІЙ ГРУП» було створене у червні 2016 року у м. Хмельницькому.

Протягом семи років ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» співпрацює з фермерськими господарствами та агропідприємствами та займається реалізацією добрив, транспортуванням та внесенням в ґрунт безводного аміаку (ГОСТ 6221-90). Товариство має висококваліфікованих працівників, з допуском до робіт із внесення хімічних добрив підвищеної небезпеки.

Аналіз техніко-економічних показників підприємства дозволяє стверджувати, що, не зважаючи на економічну кризу, ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» є успішним та прибутковим підприємством зі значними перспективами розвитку.

За результатами проведених маркетингових досліджень рівня попиту на ринку агрохімічних заходів можна стверджувати що існують значні перспективи розвитку обслуговуючих підприємств у Хмельницькій області. Тому вбачається доцільним розробити пропозиції щодо удосконалення діяльності підприємств агрохімічного сервісу на засадах маркетингу.

Маркетингова діяльність є необхідною умовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання в ринкових умовах. Проведені дослідження показали, що підприємства агрохімічного сервісу Хмельницької області не приділяють належної уваги впровадженню елементів маркетингу та дієвому плануванню власного бізнесу.

Завдання маркетингу в межах ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» повинні вирішуватись у два етапи. На першому етапі необхідно визначити потреби цільової аудиторії в агрохімічних засобах та послугах. На другому етапі має

бути сформований інструментарій впровадження організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити вирішення виявлених потреб.

Запропонований підхід дозволить розробити пропозиції щодо побудови та розвитку стратегії функціонування підприємства, без якої існує ризик втрати власних ринкових позицій. Впровадження стратегічного планування на основі маркетингових досліджень, на відміну від інших концепцій управління, дає можливість прогнозування майбутньої діяльності ТОВ «АМОНІЙ ГРУП» відповідно до ринкових змін, і, водночас, працювати на існуючий ринок, розробляти комплекс взаємоузгоджених заходів щодо всього комплексу маркетингу тощо.

Використання інформаційних технологій в діяльності підприємства агрохімічного сервісу, а саме доєднання до платформи FarmFleet та проєкту MARS дозволить збільшити кількість потенційних споживачів, підвищити якість надаваних послуг, відкриє перспективи опанування нових видів послуг.

Перелік джерел посилання

1. Абрамова Г.П. Теорія і методологія кластерного розвитку АПК / А.Г. Абрамова, Є.В. Гусаков // Економіка АПК. – 2020. – №1 – С.121-130.
2. Аграрний сектор України на шляху до Євроінтеграції: монографія / [авт. кол.: М. Бетлій, О. Бородіна, С. Бородін та ін.]; за ред. О. М. Бородіної. – Ужгород: ІВА, 2006. – 496 с.
3. Аналіз ринку мінеральних добрив в Україні за 2016- I півріччя 2021 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-mineralnyh-udobrenij-v-ukraine-za-2016-1-pol-2021-gg-2021-god>.
4. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В.Г. Андрійчук – К.: ІЗМН, – 1996. – 512 с.
5. Батко М.П. Інституціональні критерії впливу сучасних агроформувань України на рівень розвитку сільських територій / М.П. Батко, В.П. Колоша, М.І. Мурашко, О.І. Рассказов // Економіка АПК. – 2021. – № 12 – С. 15-25.
6. Березівський П. С. Організація виробництва в аграрних формуваннях: навч. посіб. / П.С. Березівський, Н.І. Михалюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.
7. Березюк С. В. Економічна ефективність агрохімічного обслуговування рослинництва на регіональному рівні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка сільського господарства і АПК»/ С. В. Березюк. – Миколаїв, 2005. – 20 с.
8. Вешицький В. Еколого-економічні питання оновлення асортименту агрохімікатів / В. Вешицький // Пропозиція. – 2001. – № 12. – С. 68-70.
9. Вдовиченко А.В. Перспективи розвитку органічного виробництва в Україні в умовах європейського зеленого курсу / А.В. Вдовиченко,

Ю.В. Терновий, В.І. Лазаренко, О.О. Качковський, М.М. Федорченко // Економіка АПК. – 2021. – № 9. – С. 31-40.

10. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – 5 –те вид., доп. – К.: Лібра, 2007. – 720 с.

11. Гладій М.В. Розвиток АПК України (регіональні особливості): [монографія] / М.В. Гладій. – Львів: ІРД НАН України, 2002. – 289 с.

12. Гордейчук Д. Чому селяни не використовують добрива / Д. Гордейчук // Агроперспектива. – 2006. – №1. – С. 54-55.

13. Господарський механізм агропромислового комплексу кризового періоду / редкол.: Б. Й. Пасхавер (відп. ред.) [та ін.]; НАН України, Інститут економіки. – К., 2001. – 351с.

14. Гріфін Р. Основи менеджменту: підруч. / Р. Гріфін, В. Яцура; за ред. В. Яцури, Д. Олесневича. – Львів: БАК, 2008. – 624 с.

15. Данилко В. К. Аналіз використання пестицидів в сільському господарстві України / В. К. Данилко, Л. В. Тарасович // Вісник ЖДТУ. Сер.: економічні науки. – 2008. – № 1 (43). – С. 157-162.

16. Демченко О.В. Інституційні фактори розвитку продуктивності праці в аграрному підприємстві / О.В. Демченко, В.В. Вітвіцький, І.М. Беженар // Економіка АПК. – 2021. – № 11. – С. 83-92.

17. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів : офіц. сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.consumer.gov.ua>.

18. Довгань Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством / Л.Є. Довгань, О.Г. Лулукало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2012. – С. 48-56.

19. Дудар Т.Г. Умови конкуренції і маркетингова орієнтація агропромислових формувань / Т.Г. Дудар // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 1997. – Випуск 2. – С. 90-95.

20. Економіка і організація аграрного сервісу / П.О. Мосіюк, О.В. Крисальний, В. А. Сердюк [та ін.]; за ред. П.О. Мосіюка. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 345 с.

21. Закон України «Земельний кодекс України» // Голос України. – 1992. – 5 травня. – № 61.

22. Закон України «Про господарські товариства» // Голос України. – 1992. – 11 жовтня. – № 198.

23. Закон України «Про охорону навколишнього середовища» // Сільські вісті. – 1991. – 25 липня. – № 142.

24. Забуранна Л.В. Потенціал провадження платформи агроцифрової кооперації для конвергенції регіонів у процесі сталого розвитку / Л.В. Забуранна, Ю.О. Ярмоленко // Економіка АПК. – 2019. – № 3 – С. 87-96.

25. Захарчук О.В. Технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні / О.В. Захарчук // Економіка АПК. – 2019. – № 2. – С. 48-56.

26. Зовнішня торгівля України: статистичний збірник. – Київ, Державна служба статистики України, 2021. – 104 с.

27. Кабанець В. М. Сучасні агроекологічні та соціальні аспекти використання пестицидів в сільському господарстві / В. М. Кабанець // зб. статей за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. «Екологічність продукції АПК: економіка та технології»: в 2 т. – Суми: Козацький вал, 1999. – Т 2.- С. 298-304.

28. КАС навесні для озимих <http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/13472-kas-navesni-dlia-ozumykh.html>.

29. Корчинська О. А. Організаційно-економічне регулювання розширеного відтворення родючості ґрунтів : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2015. – 388 с.

30. Корчинська О. А. Підвищення ефективності хімізації землеробства в Україні / О. А. Корчинська, С. Г. Корчинська // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 39-44.

31. Лісовал А.П. Методи агрохімічних досліджень / А.П. Лісовал. – К.: Видавничий центр НАУ, 2001. – 247 с.
32. Інноваційно-технологічне забезпечення ефективності функціонування аграрної сфери / Лупенко Ю.О. // Економіка АПК. – 2017. – № 1. – С. 103-127.
33. Марчук І. Сучасні добрива на варті врожаю / І. Марчук // Пропозиція. – 2009. – № 4. – С. 42-45.
34. Молдаван Л.В. Глобалізаційна трансформація землекористування: наслідки та способи їх запобігання / Л.В. Молдаван // Економіка АПК. – 2020. – № 6. – С. 6-11.
35. Непочатенко О.О. Аналіз конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств / О.О. Непочатенко, С.А. Пташник, В.О. Непочатенко // Економіка АПК. – 2016. – № 5. – С. 43-58.
36. Онегіна В.М. Інституційна основа аграрної політики: українські реалії й досвід США та ЄС / В.М. Онегіна, Н.В. Шибасєва // Економіка АПК. – 2016. – № 1. – С. 17-29.
37. Офіційний сайт FarmFleet // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://farmfleet.io/#About> – FarmFleet.
38. Офіційний сайт Державної митної служби України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://customs.gov.ua/statistika> – та – reiestri.
39. Офіційний сайт Державної служби статистики // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
40. Павлова Г. С. Проблема, требующая безотлагательного решения / Г. С. Павлова // Агрехимический вестник. – 2004. – № 3. – С. 12-14.
41. Переваги, недоліки та агрономічні аспекти застосування безводного аміаку <https://superagronom.com/articles/384> – perevagi – nedoliki – ta – agronomichni – aspekti – zastosuvannya – bezvodnogo – amiaku.
42. Підприємницька діяльність та агробізнес / за ред. М. М. Ільчука, Т. Д. Іщенко. – К.: Вища освіта, 2006. – 554 с.

43. Петров В.М. Технічне забезпечення інноваційних технологій у рослинництві / В.М. Петров // Економіка АПК. – 2013. – № 2 – С. 100-110.

44. Роботи в полі: які задачі та за яких умов виконують інформаційні технології в агробізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://agravery.com/uk/posts/show/roboti – v – poli – aki – zadaci – ta – za – akih – umov – vikonuut – informacijni – tehnologii – v – agrobiznesi](https://agravery.com/uk/posts/show/roboti-v-poli-aki-zadaci-ta-za-akih-umov-vikonuut-informacijni-tehnologii-v-agrobiznesi).

45. Саблук П. Т. Ціноутворення в період ринкового формування в АПК: монографія / П. Т. Саблук. – К.: ННЦ ІАЕ, 2006. – 440 с.

46. Саблук П.Т. Глобалізація і продовольство: [моногр.] / П.Т. Саблук, О.Г. Білорус, В.І. Власов. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 236 с.

47. Сугай В.В. Маркетинг підприємств агрохімічного сервісу як напрям підприємницької діяльності / Є.М. Забурмеха, З.М. Андрушкевич, В.В. Сугай // Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції «MODERN SCIENCE: INNOVATIONS AND PROSPECTS», 13-15.11.2022 Стокгольм, Швеція. – С. 486-489 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/11/MODERN-SCIENCE-INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-13-15.11.22.pdf>.

48. Сугай В.В. Роль агрохімічного сервісу в сучасному агробізнесі / Є.М. Забурмеха, В.В. Сугай, О.В. Сугай // Матеріали МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» – 01-03.12.2022, м. Хмельницький, – подано до друку

49. Тарасович Л. В. Механізм забезпечення сільськогосподарських товаровиробників засобами хімізації / Л. В. Тарасович // Формування конкурентних переваг аграрної продукції в умовах глобалізації економіки: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених. – Житомир: ІІІ «Рута», 2009. – С.134-137.

50. Трускавецький С.Р. Використання даних супутникової зйомки в системах точного землеробства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/42/1/8.pdf>.

51. Україна. Сільськогосподарський сектор у перехідний період. – Вашингтон: Дослідження Світового банку. – 1995. – 205 с.

52. Чорнобай М.М. Особливості функціонування агрохімічної служби як структурного елемента виробничої інфраструктури сільськогосподарського виробництва Хмельницької області / М.М. Чорнобай, Л.М. Чорнобай // Зб. наук. праць Таврійського держ. агротехнолог. ун-ту (екон. науки) / за ред. В.А. Рудьова. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2010. – № 2 (10). – С. 401-407.

53. Шебанін В.С. Державна технічна політика у контексті оновлення і розвитку матеріально-технічних засобів аграрного виробництва в Україні / В.С. Шебанін // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 12-15.

54. Шебанін В.С. Системне оновлення і розвиток матеріально-ресурсного потенціалу сільського господарства: [монографія] / С. Шебанін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 276 с.

55. Ярова В.В. Соціальна відповідальність у вирішенні проблем сучасного землекористування / В.В. Ярова // Економіка АПК. – 2013. – № . – С. 83.

56. Fertilizer Industry Association // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ifadata.fertilizer.org/ucSearch.aspx>.

57. Heffer P. and Prud'homme M. «Fertilizer Outlook 2014 – 2018», 82nd IFA Annual Conference, Sydney, 26 – 28 May 2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.fertilizer.org/imis20/images/Library_Downloads/2014_ifa_sydney_summary.pdf?WebsiteKey=411e9724-4bda-422f-abfc-8152ed74f306&=404%3bhttp%3a%2f%2fwww.fertilizer.org%3a80%2fen%2fimages%2fLibrary_Downloads%2f2014_ifa_sydney_summary.pdf.

58. Heffer P. and Prud'homme M. «Short – Term Fertilizer Outlook», IFA Strategic Forum, Marrakech, 19-20 November 2020 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.fertilizer.org/imis20/images/Library_Downloads/2020_ifa_marakech_outlook_summary.pdf?WebsiteKey=411e9724 – 4bda – 422f – abfc – 8152ed74f306&=404%3bhttp%3a%2f%2fwww.fertilizer.org%3a80%2fen%2fimages%2fLibrary_Downloads%2f2014_ifa_marakech_outlook_summary.pdf](http://www.fertilizer.org/imis20/images/Library_Downloads/2020_ifa_marakech_outlook_summary.pdf?WebsiteKey=411e9724-4bda-422f-abfc-8152ed74f306&=404%3bhttp%3a%2f%2fwww.fertilizer.org%3a80%2fen%2fimages%2fLibrary_Downloads%2f2014_ifa_marakech_outlook_summary.pdf).

59. УНВДР Український проект бізнес – розвитку плодоовочівництва // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uhbdp.org/ua/>.

ДОДАТКИ