

Соломаха Ірина Володимирівна, канд. екон. наук, доцент
Волот Олена Ігорівна, канд. екон. наук, доцент
Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КВІТНИКАРСТВА

Поняття «ринок квітникарства» нерідко розглядається спрощено, а часто відокремлене виробництво квітів трактується як суть квітникарства. Між тим, квітковим виробництвом у повному розумінні цього терміна слід вважати таку організаційно-виробничу форму інтегрованих економічних, організаційних і технологічних зв'язків, за якої виробничий цикл дає змогу добиватися спільного результату за рахунок скорочення розриву у просторі й часі в ланцюгу «виробництво – переробка – реалізація».

В Україні серед інших сегментів ринок продукції квітникарства виявляється невеликим за обсягом, молодим, перспективним і швидко зростаючим, але в той же час одним із найскладніших та трудомістким, який необхідно досконально вивчати. Це зумовлено особливостями, які відрізняють його від інших підкомплексів. Насамперед, ринок квітникарства представлений багатоманітними суб'єктами (учасниками), що мають різні основні та оборотні ресурси, цілі щодо роботи на ринку, потреби тощо. Сьогодні на ринку працює дві групи учасників: продавці, до яких належать підприємства-виробники, переробні підприємства і посередники, та покупці [1, С.35].

Для ефективного функціонування в ринкових умовах підприємствам галузі необхідно знати ринкові потреби регіону, стан ринку та оцінку його ефективності. А це зумовлює підвищення актуальності маркетингу, який дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення і мінімізувати ризики.

У ринкових умовах головним принципом оцінювання економічної ефективності окремого підприємства галузі квітникарства є критерій прибутковості їх діяльності. Саме отримання максимального прибутку виробниками виступає головною мотивацією розвитку флористичного ринку. Згідно з науковою думкою більшості вчених (Д.К. Семеди, О.І. Здоровцева, С.Ю. Вігуржинська, тощо) [2, 3], економічна ефективність визначається співвідношенням між ресурсами і результатами виробництва. Враховуючи всі досліджені витрати виробника, а саме: аналітичні, виробничі, збутові та управлінські, формула розрахунку економічної ефективності підприємства за умови маркетингового впливу (F) буде мати вигляд:

$$F = \frac{E}{B} = \frac{E}{\sum(B_A + B_B + B_3 + B_V)} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де E – економічний результат виробництва (чистий прибуток, грошова виручка від продажу тощо);

B – загальні витрати на вирощування та реалізацію продукції;

B_A – сума аналітичних витрат; B_B – сума виробничих витрат;

B_3 – сума збутових витрат; B_V – сума управлінських витрат.

Крім того, необхідно вказати, що показник економічної ефективності діяльності підприємства під впливом маркетингової діяльності може прямувати до максимуму. Проведення оцінювання ефективності підприємств галузі квітникарства систематично, в динаміці й у порівнянні з підприємствами-конкурентами дозволить оцінити ефективність системи маркетингових заходів конкретного підприємства.

Для оцінювання ефективності розвитку всього ринку квітництва доцільно використовувати комплексний підхід, а саме розрахунок ефективності виробництва, зовнішньо торгівельних операцій, інфраструктурного забезпечення, рівня споживання та рівня екологічної безпеки (рис. 1.).



Рис. 1. Комплексна оцінка ефективності функціонування ринку квітництва
Джерело: авторська розробка на основі [4, С.56]

Комплексну оцінку ефективності функціонування регіонального ринку квітникарства можна визначити інтегральним поєднанням комплексу показників за формулою:

$$I_K = \frac{\sum_{i=1}^n (I_B + I_{ЗЕД} + I_i + I_C + I_E)}{n} \quad (2)$$

де I_K – інтегральний параметр комплексної оцінки розвитку ринку квітникарства;
 I_B – інтегральний коефіцієнт стану виробництва;
 $I_{ЗЕД}$ – інтегральний коефіцієнт експортно-імпортних операцій;
 I_i – інтегральний коефіцієнт інфраструктурного забезпечення ринку;
 I_E – інтегральний коефіцієнт рівня екологічної безпеки;
 I_C – інтегральний коефіцієнт рівня споживання продукції квітникарства та флористичних послуг.

На нашу думку, запропонована система комплексної оцінки охоплює визначальні аспекти розвитку окремого регіонального ринку продукції квітникарства.

Список використаних джерел

1. Соломаха І.В. Особливості функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства / І.В. Соломаха // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль: ТНЕУ, – 2012. – № 3 – С. 33-41.
2. Аграрна економіка [Електронний ресурс] / за ред. Д.К. Семенди, О.І. Здоровцова. – Умань, 2005. – 318 с.– Режим доступу: <http://www.udau.edu.ua/library.php>
3. Долан Э. Макроэкономика / Долан Э.; пер. с англ. – СПб.: Санкт-Петербург оркестр, 1994. – 410 с.
4. Шевченко О.М. Особливості менеджменту регіонального ринку молока і молоко продукції в умовах інтеграції: дис. на здобуття наук. ступеня канд.екон. наук / О.М.Шевченко. – Чернігів, 2009. – 238с.