

Использование данного организационно-управленческого механизма позволит не только осуществлять дальнейшее развитие плодородческого бизнеса, в соответствии с требованиями современного рынка, но и повысить конкурентоспособность отечественных производителей, что предоставит Украине возможность занять достойную позицию на мировом рынке.

Литература.

1. Сугак С. Украинцы получают адекватные цены на яблоки / С. Сугак [Электронный ресурс]. Режим доступа к статье : <http://ianp.com.ua/ru/news/tech/read/13303>.
2. Куликов И.М. Организационно-экономический механизм устойчивого развития плодово-ягодного подкомплекса АПК / И.М. Куликов, В.Ф. Урусов // АПК: экономика, управление. – 2008. – №8. – С.10-15.
3. Егоров Е.А. Методология разработки эффективного производственно-технологического процесса в промышленном плодородстве / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян // Наука Кубани. Краснодар. – 2007. – №4. – С.51-54.
4. Егоров Е.А. Методология создания моделей плодовых предприятий с уровнем эффективности расширенного воспроизводства / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян // Наука Кубани. Краснодар. – 2008 (Приложение). – С. 68-71.
5. Егоров Е.А. Методологические подходы к формированию устойчивых производственных систем в плодородстве / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян, А.В. Гапоненко // Наука Кубани. – 2005. – № 5. – С.114-117.
6. Минасов М. Обеспечение устойчивого воспроизводства в АПК / М. Минасов // АПК: экономика и управление. – 2002. – №10. – С. 16-20.
7. Современные тенденции мирового плодородства и перспективы его развития в Украине : матер. Междунар. науч. конф. (пос. Самохвалово 10 окт. 2005 г.) [«Современное плодородство: состояние и перспективы развития»] / В.А. Рулев. – К. : Плодородство. – Т. 17.Ч.2. – С. 24.

УДК 631.1.027:633.433:631.147

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Кошова Л.М., ст. викладач

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто теоретичні засади та проведена розробка практичних рекомендацій щодо формування маркетингового забезпечення розвитку виробництва екологічно безпечної продукції на сільськогосподарських підприємствах при виході на зовнішні ринки, що дозволить їм отримати додаткові прибутки та підвищити рівень конкурентоспроможності в галузі.

In the article it is considered theoretical principles and conducted development of practical recommendations in relation to forming of marketing strategy of development of production ecologically of safe products on an agricultural enterprise which will allow him to get additional income and to promote the level of competitiveness in industry.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України, одним із головних завдань являється підвищення рівня продовольчої безпеки держави та забезпечення населення високоякісними, екологічно безпечною сільськогосподарською продукцією вітчизняного виробництва. Разом з тим, підприємства аграрної сфери у своєму прагненні постійно нарощувати

обсяги виробництва використовують інтенсивні технології землеробства на базі хімізації, що призводить до значної деградації ґрунтового покриву, порушення екологічної рівноваги агроєкосистем, забруднення сільськогосподарської продукції радіонуклідами, важкими металами, пестицидами тощо. Тому в умовах членства в СОТ, перед Україною постає стратегічне завдання нарощування обсягів виробництва екологічно безпечної продукції для задоволення власних потреб при одночасному виході на міжнародні продовольчі ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У розробку теоретично-методичних проблем розвитку виробництва та маркетингової діяльності на ринку сільськогосподарської продукції взагалі та екологічно-безпечної зокрема, значний внесок зробили вчені-економісти такі як: В.І. Артиш, Н.В. Бородачева, М.І. Кобець, Т.М. Лозинська, П.М. Макаренко, В.М. Рабштина, С.М. Рогач, І.О. Соловйов, В.О. Шлапак та інші. В той же час, фундаментальних досліджень з питань розвитку маркетингової діяльності при виході на зовнішній ринок які б враховували реальний стан попиту на екологічно чисту продукцію та розвиток її виробництва недостатньо.

Формулювання цілей статті. Розробка маркетингового забезпечення та формулювання основних напрямів виробництва та реалізації екологічно чистих продуктів харчування при виході підприємства на зовнішні ринки.

Виклад основного матеріалу дослідження. До маркетингових методів забезпечення ринку екологічно чистої продукції належать інструменти, за допомогою яких створюються умови розвитку ринкових процесів у потрібному для держави напрямку. Маркетингові методи працюють у площині бюджетної та фіскальної політики, а також цінового регулювання. Нині в Україні не застосовується жодного економічного інструменту, який би сприяв виробництву та реалізації екологічно чистої сільськогосподарської продукції. Державне регулювання даної проблеми має бути спрямоване на стимулювання впровадження екологічно чистих технологій та розвиток сільськогосподарських структур, які займаються виробництвом екологічно чистої продукції при проведенні захисту земельних угідь від забруднення та створення ринку екологічно чистої сільськогосподарської продукції.

Для стабілізації ринку екологічно чистої продукції в Україні важливим завданням є використання світового досвіду, що дасть змогу визначити тенденції розвитку внутрішнього ринку в плані експортно-імпортних перспектив для України, а також місця нашої країни в світовому виробництві екологічно чистої продукції. У цьому контексті потрібно розглянути нормативно-законодавчу базу щодо обігу та сертифікації екологічно чистої продукції в Європі, засоби державної підтримки екологічно чистих ферм, формування цінової надбавки й систему організації збуту. Підтримка екологічних заходів в Україні задекларована у законодавчих актах [3]. Порівняно з традиційним продовольством, екологічно чиста продукція має ряд переваг (рис. 1).

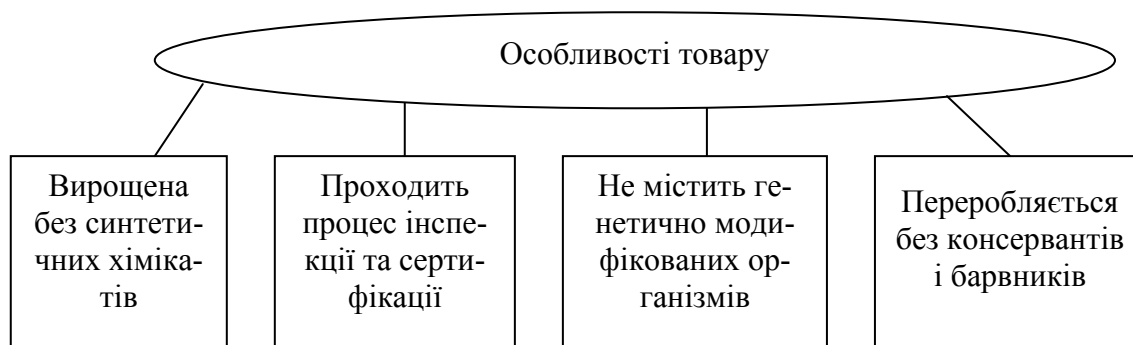


Рис.1. Перспективні аргументи виробництва екологічно чистої продукції
Джерело: [власна розробка автора]

Екологічно чиста продукція добре представлена на українському ринку, і хоча на упаковці такої продукції є посилання на особливий екологічний статус, він не підтверджений сертифікатом та не гарантує споживачам безпеку споживання. Екологічно чистий продукт можна розпізнати за такими критеріями: продукція виготовлена з нешкідливих матеріалів, не містить у собі речовин, які негативно впливають на здоров'я людини; при виготовленні продукції застосовуються технології з мінімальним негативним впливом на навколишнє природне середовище; виробники й постачальники несуть повну відповідальність за безпеку використання продукції не лише у сфері споживання, але й щодо впливу на довкілля; пакувальні матеріали для продукції є нешкідливими, їх можна повторно переробляти, використовувати та безпечно утилізувати. Поряд із терміном екологічно чиста продукція, в Україні вживається термін “екологічно безпечна продукція”, тобто це продукція з мінімізацією ризиків навколишньому природному середовищу. Проте екологічна безпека не забезпечує якості продукту, як це намагаються підкреслити недобросовісні товаровиробники. Після того як екологічно чиста продукція пройшла процес виробництва і встановлення ціни, її потрібно доставити до споживача.

Система товароруку екологічно чистої продукції полягає у забезпеченні доставки товару в те місце, де він потрібен, у той час, коли він потрібен, у таких кількостях, в яких він може бути проданий, і такої якості, яка відповідає очікуванням споживачів. Ця система охоплює велику сферу господарської діяльності підприємства – від виробника й до місць продажу готової продукції (рис.2). Швидкість виконання замовлення, гарантія поставок, доступність і зручність товару сукупно впливають на рівень задоволеності споживача та його готовності купувати екологічно чисту продукцію. За оцінками експертів ринок екологічно чистої продукції в світі постійно зростає. Але на шляху розвитку цієї продукції існує багато перешкод: відсутність маркетингового досвіду реалізації екологічно чистої продукції, високі ціни на таку продукцію, недостатня обізнаність споживачів, обмеженість товарного асортименту, не налагоджена співпраця із традиційними каналами збуту продовольства й іншими суб'єктами ринкової діяльності. Досвід країн з високорозвиненим ринком екологічно чистої продукції свідчить, що найтипівішими

каналами збуту такої продукції є: прямий продаж індивідуальним споживачам через схему посилок та Інтернет; прямі поставки в ресторани й спеціалізовані роздрібні підприємства; продаж через кооперативи виробників; продаж сертифікованим переробним підприємствам; продаж представникам оптової торгівлі [1]. Важливим каналом збуту на початковому етапі розвитку ринку екологічно чистої продукції є прямий збут. Основні передумови розвитку прямого збуту полягають у тому, що роздрібна торгівля ще не переконана у можливості масового збуту такої продукції, оскільки товару ще не достатньо, щоб заповнити ним торгові канали і гарантувати рентабельний оборот, проте споживачі вже готові купувати високоякісну й безпечну продукцію навіть у віддалених місцях.

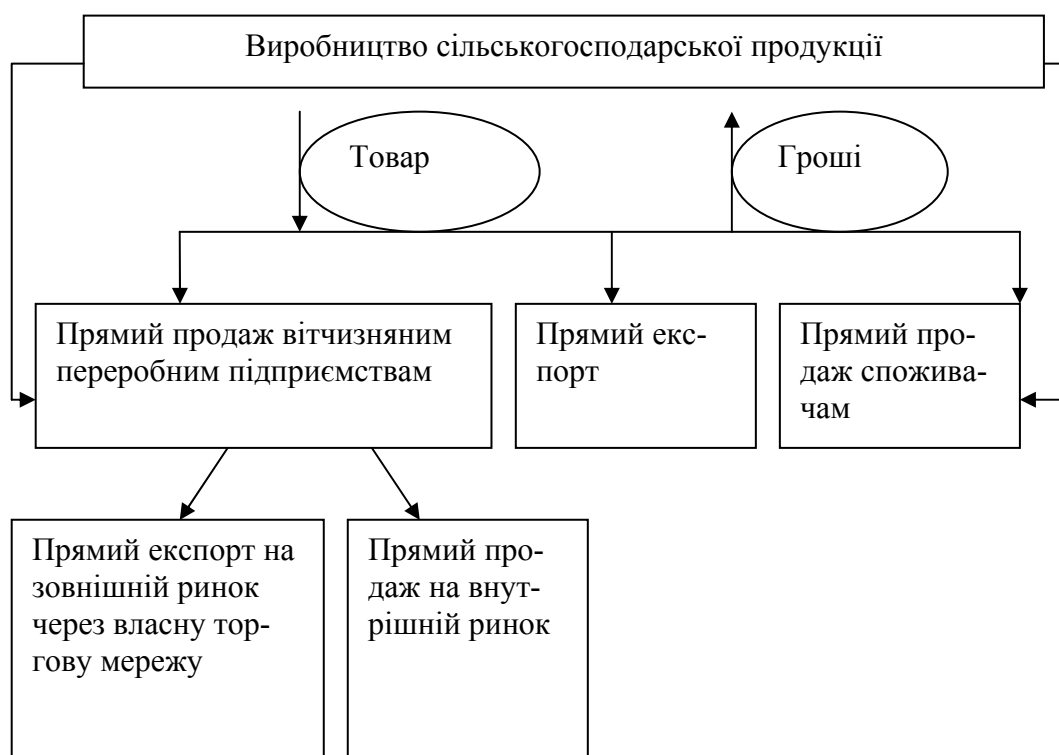


Рис. 2. Етапи виробництва та реалізації екологічно чистої продукції
Джерело: [власна розробка автора]

Тобто для реалізації екологічно чистої продукції доцільно використовувати прямий маркетинг із недорогою рекламою, який передбачає обладнання придорожніх рекламних стендів-об'єктів, придорожніх торговельних павільйонів, продаж продукції з використанням електронної пошти, звичайної пошти, телефону тощо. Прямий метод продажу власної органічної продукції значно скорочує витрати на маркетинг, зменшує кількість посередницьких структур і сприяє налагодженню довірливих відносин із споживачами. Основними перевагами прямого методу маркетингу є: простота використання та швидкість одержання прибутку підприємствами; фермери самі встановлюють робочі години; цей метод продажу не потребує дорогого обладнання, великих сум капіталу й окремого офісу; зменшуються витрати на транспортування продукції до споживача.

На сьогодні більшість країн світу вже надають переваги органічним продуктам харчування т.б “organik” (рис. 3). Об’єм світового ринку органічних продуктів оцінюється на рівні близько 26 млрд. доларів США на рік. Із загального обсягу сільськогосподарської продукції Європейського Союзу органічні продукти вже складають 3,2%. Органічні продукти на сьогодні, безсумнівно є прибутковим товаром [2].

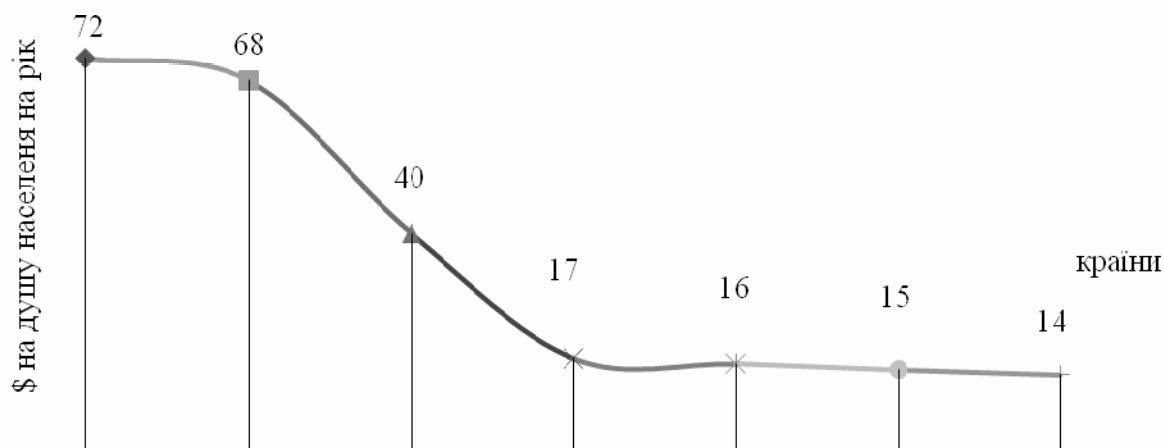


Рис.3. Споживання органічних продуктів у світі (у доларах США)
Джерело: [2]

Із загального валового споживання органічних продуктів лідирує Німеччина, яка на рік споживає різних органічних продуктів на загальну суму 2,6 млрд. доларів США. Світовий ринок органічної продукції у 2008 році оцінювався у 46,1 млрд. дол. США на рік, тоді як у 2006 році цей показник був на рівні 33,2 млрд. дол. США, а в 2004-му – 25,5 млрд. дол. США. Це свідчить про те, що ринок швидко розвивається й розширюється. Щорічно темпи зростання становлять 15-18%. З наведених даних видно, що ринок органічної продукції динамічно зростає, але цей ріст не розподілений рівномірно по країнах світу чи континентах [2].

Прикладом ефективного застосування ґрунтозахисного біологічного землеробства є ПП „Агроєкологія” Шишацького району Полтавської області. Це господарство на протязі багатьох років не застосовує засоби захисту рослин і мінеральні добрива. При цьому, забезпечуючи збереження родючості ґрунтів, мають вагомні результати у виробництві екологічно чистої продукції. Велике значення для розвитку і успішного функціонування агропромислового сектору економіки області, забезпечення населення продуктами харчування, а підприємств – сировиною, має тваринництво [4]. Тому приватне підприємство „Агроєкологія” є одним з самих потужних в Україні, яке виробляє екологічно чисту продукцію з подальшим експортом даної продукції в країни ближнього і дальнього зарубіжжя. Підприємство обробляє землю безполицевим способом, не застосовуючи гербіциди і пестициди, а вносить у ґрунт тільки органічні добрива й сидерати. Виробляючи зерно, олію, молоко, м’ясо та інші м’ясо-молочні продукти із сировини, на грантах без застосування хімічних препаратів [5]. ПП „Агроєкологія” проводить активну зовнішньоекономічну діяльність, так за 2006-2009 рр. експорт екологічно чистої продукції

має наступний вигляд (таблиця 1).

Таблиця 1

**Експорт продукції рослинництва ПП „Агроекологія”
Шишацького району Полтавської області**

Продукція рослинництва, ц	Роки			
	2006	2007	2008	2009
Озима пшениця	33979	39448	31189	32430
Гречка	3060	1341	4371	4875
Кукурудза на зерно	4627	4224	12	5
Ячмінь ярий	14058	7008	4524	3750
Овес	16	2203	5113	6230
Соняшник	4137	5124	3193	2470
Соя	927	-	-	-
Цукрові буряки	19931	14474	-	-

Джерело: [4]

В Україні біотехнологія рослин ще не стала пріоритетним напрямком розвитку, незважаючи на те, що практично єдиним її стратегічним резервом є родюча земля. В державі, де рівень національного валового продукту, незважаючи на певне зростання за останні роки, все ж, за даними ООН, майже у 20 разів менший, ніж у провідних країнах, традиційне виробництво аграрної продукції докорінно не вирішує багатьох економічних проблем. Нині в Україні є унікальна можливість не тільки заявити міжнародній спільноті про наміри налагодити виробництво екологічно чистої продукції, а й здійснити це на практиці, створивши пільгові умови для “екофермерів”, побудувавши відповідні структури із сертифікації екопродукції, забезпечивши умови для функціонування вітчизняного ринку екологічно чистих продуктів харчування. Першочерговими питаннями в галузі рослинництва на сьогоднішній день є забезпечення сталого розвитку екологічного землеробства, та як результат, забезпечення потреб екологічно чистою продукцією, розвиток насінництва овочевих культур, збереження родючості ґрунтів. Вирощуванням насіння сільськогосподарських культур в Полтавській області займається 80 елітгоспів та насінневих господарств. На Полтавщині у рослинництві впроваджуються державні та регіональні програми розвитку органічного землеробства [5] та виробництва „екологічно чистої” продукції. Ситуація на зовнішньому та внутрішньому ринках вирізняється не простими, проте обнадійливими характеристиками. Повсюдно зростають попит і ціна на продукти харчування.

Висновки. Екологічне спрямування виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення її екологічної безпечності в Україні, де рівень національного валового продукту, незважаючи на певне зростання за останні роки майже у 20 разів менший, ніж у провідних країнах, інноваційні технології, що виробляють нові споживчі властивості товарів це – єдиний шлях виходу на світову арену як повноправного учасника міжнародного співробітництва, та створення якомога більше сприятливих умов життєдіяльності населення.

Література.

1. Артиш В.І. Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні [Електронний ресурс] / В.І. Артишин. – Режим доступу :

<http://www.info-prensa.com/article-553.html>.

2. Офіційний веб-сайт „Food and Veterinary Office”. – Режим доступу : ec.europa.eu/food/fvo/act_getPDF.cfm?PDF_ID=7945.

3. Джерело: Додаток № 3 до Закону України «Про державний бюджет України на 2007 рік» // Офіційний вісник України. – 2006. – №52. – С. 115, 127, 139-144, 160, 161.

4. Стан та перспективи розвитку аграрного сектора Полтавщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.adm-pl.gov.ua/pyryatyn/7546.htm>.

5. Рішення громадської ради при Полтавській ОДА „Про заходи органів виконавчої влади з розвитку агропромислового комплексу Полтавщини та збереження сільських населених пунктів” від 29 червня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.adm-pl.gov.ua/main/publication/content/12197.htm>

УДК 331.106:631.1

СТАН КОЛЕКТИВНО-ДОГОВІРНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНИХ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

Ланченко Є.О., к.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України,

Тимошенко М.М., к.е.н.

Житомирський національний агроекологічний університет

Розглянуто аналітичні, методичні й практичні аспекти укладання й виконання колективних договорів регулювання соціально-трудових відносин у сільському господарстві. Запропоновано напрями поліпшення колективно-договірного регулювання аграрних соціально-трудових відносин на макро-, мезо- й мікрорівнях.

Considered analytical, methodological and practical aspects of making and execution of collective agreements regulating social and labour relations in agriculture. Suggested ways of improving the collective-contractual regulation of agrarian social and labour relations at the macro-, meso- and microlevels.

Постановка проблеми. Стан аграрних соціально-трудових відносини має вагомий вплив на формування прийняттого середовища життєдіяльності на селі. Рівень доходів і життя селян, розвиток сільської соціальної й виробничої інфраструктур, демографічна ситуація на селі значною мірою залежать від колективно-договірного регулювання питань організації й оплати сільськогосподарської праці, зайнятості в аграрній сфері, визначення соціальних стандартів і гарантій соціального й пенсійного забезпечення сільського населення тощо. Таким чином, соціальне значення укладання колективних угод і договорів у сфері аграрної праці, формування дієвого механізму їх виконання підтверджує актуальність проведення наукових досліджень по цій тематиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У кожній науковій установі України є вчені, предметом науково-дослідної роботи яких виступають соціально-трудові питання розвитку економіки, зокрема формування й використання трудових ресурсів, поліпшення стану зайнятості й зменшення безробіття, підвищення рівня доходів і соціального захисту населення тощо. Проте недостатньо уваги приділяється обґрунтуванню напрямів поліпшення колективно-договірного регулювання аграрних соціально-трудових відносин на