

має на меті визначення реального рівня конкурентоздатності підприємств у результаті зіставлення факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Основна інформація повинна спрямовуватися у сферу виробництва, де і приймаються управлінські рішення. Інформаційно-аналітична підсистема буде отримувати інформацію як про стан зовнішнього середовища (зміни кон'юнктури ринку, наявність новітніх технологій виробництва тощо) так і внутрішнього середовища підприємства (виявлення проблем в системі управління та їх усунення, оцінка ефективності господарської діяльності тощо) за допомогою консультаційного центру або дорадчої служби, яка функціонує в певному регіоні як самостійна організація або відділ у складі управління агропромислового розвитку чи вузах.

Висновки. Послуги консультаційного центру є важливим інструментом реалізації політики щодо розвитку підприємств АПК. Обсяг випуску продукції необхідно узгоджувати з попитом на неї, і з врахуванням цього, зменшувати або збільшувати виробничі потужності підприємства. Інформаційно-аналітична підсистема є ланцюгом, що поєднує інфраструктуру аграрного ринку, виробничі та агросервісні формування, створює умови для задоволення попиту споживачів та забезпечення прибутковості діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : [підручник]. - 2-ге вид., доп. і перероб. / В. Г. Андрійчук. - К.: КНЕУ, 2002. - 624 с.
2. Коваленко Ю. С. Аграрний ринок України: організація та управління. / Ю. С. Коваленко - К.: ІАЕ УААН, 1998. - 108 с.
3. Кучер О. В. Формування маркетингової стратегії збуту продукції підприємств АПК: [монографія] / О. В. Кучер; ПВНЗ «Європейський університет». – К.: Вид-во Європейського університету, 2011. – 164 с.
4. Кучер О. В. Інформаційно-консультаційні послуги як складова ринкової інфраструктури / О. В. Кучер // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. - 2003. - №3 - 4. - С. 382 - 386.
5. Островський П. І. Аграрний маркетинг. [навчальний посібник] / П. І. Островський - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 224 с.
6. Ястремський О. І. Основи мікроекономіки: Підручник. / О. І. Ястремський, О. Г. Гриценко. – [2-ге вид., перероб. і доп.], з Модельно-комп'ютерним додатком на лазерному диску. – К.: Знання-Прес, 2007. – 579 с.

Рецензент – д.е.н., професор Чикуркова А.Д.

УДК 005.332.4:664:8

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Грінченко О. В., асистент

Полтавська державна аграрна академія

Розглянуто сучасний стан конкурентоспроможності діючих підприємств з виробництва плодоовочевої продукції в Полтавській області зокрема та в Україні загалом. Узагальнено проблеми формування та розвитку конкурентоспроможності плодоовочевої продукції. Визначено причини зниження конкурентоспроможності продукції аграрних виробників регіону. Встановлено основні проблеми виробництва та зберігання конкурентоспроможної плодоовочевої продукції в регіоні. Виявлено залежність конкурентоспро-

жності плодоовочевої продукції від її якості та умов її зберігання. Встановлено значний вплив державного регулювання в даній галузі. Визначено умови та запропоновано шляхи подальшого розвитку конкурентоспроможності в галузі за рахунок розвитку інфраструктури, виробничого і експортного потенціалів підприємств.

The current state of competitiveness of existing enterprises for the production of fruits and vegetables in the Poltava region in particular and in Ukraine in general. Generalized problem of formation and development of the competitiveness of fruit and vegetables. The reasons of decline in the competitiveness of products of agricultural producers in the region. The basic problems of production and storage of produce competitive in the region. The dependence of the competitiveness of the produce of the quality and conditions of storage. Established a significant effect of government regulation in this area. The conditions and the ways of further development of the competitiveness of the industry through the development of infrastructure, production and export capacity of enterprises.

Постановка проблеми. Україна – традиційно аграрна країна, і хоча для зміцнення вітчизняної економіки та стрімкого економічного зростання необхідно розвивати й інші галузі, недооцінювати важливість і перспективність ролі сільського господарства також не слід. Адже спеціалісти стверджують, що таких природних передумов для розвитку сільського господарства не має жодна інша держава в світі. Так, за розумного використання свого природного потенціалу, Україна спроможна “прогодувати” кількість населення, що в 5-7 разів перевищує власне. Родючий чорнозем та сприятливі кліматичні умови дозволяють Україні досягти результатів, які забезпечать конкурентоспроможність сільськогосподарського експорту нашої держави, значну частину якого могла б скласти саме плодоовочева складова. Не є можливим стверджувати, що дана галузь є однією з найважливіших в сільському господарстві України та її експорті, але від неї залежить його цілісність та загальна ефективність.

Ринкова економіка базується на конкуренції, що визначає механізм саморегулювання та контролю кількісно-якісних параметрів усіх її сегментів як у національному, так і глобальному вимірі. Конкуренція як загальний економічний закон, що передбачає змагання учасників за ринки збуту, проявляється через конкурентоспроможність підприємств та продукції. Конкурентоспроможність є основою економічного зростання та стабільності економічних суб'єктів.

Тому питання формування та розвитку конкурентоспроможності треба розглядати як комплекс заходів, спрямованих на формування потенціалу виробництва якісної та безпечної продукції через призму визначення ролі держави та ринкової системи у даному процесі. Для національного агрокомплексу питання конкурентоспроможності – одне з ключових, особливо в умовах економічної відкритості та глобалізації економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема конкурентоспроможності за своїм змістом є фундаментальною, тому пошук шляхів її вирішення розкривається в роботах багатьох відомих дослідників. Ці проблеми розглядаються у працях В.М. Гейця, В.М. Пахомова, Б.Й. Пасхавера, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших, але, на наш погляд, внаслідок мінливості ситуації щодо розвитку національних підприємств агропромислового комплексу існує широке коло питань, які потребують вирішення. Зокрема

треба шукати шляхи розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності аграрної економіки і продукції, що виробляється в галузях, виходячи з умов економічної відкритості ринків.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем формування та розвитку конкурентоспроможності підприємств і продукції в плодоовочевій галузі. Висвітлення розвитку плодоовочевого ринку, виведення на зовнішні ринки експортного потенціалу, якісної органічної продукції, усунення внутрішніх проблем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з основних передумов побудови ефективного ринку є економічна конкуренція. На відміну від більшості країн з розвинутою ринковою економікою, для яких конкуренція протягом принаймні останніх століть була природним станом господарських відносин, Україні довелося пройти шлях від планово-адміністративної системи, що практично виключала повноцінні конкурентні відносини у сфері легального господарювання, до країни з міжнародно визнаною ринковою економікою.

У сучасних умовах забезпечення ефективного функціонування ринку плодоовочевої продукції набуває важливого значення. Нині товари цього ринку на макрорівні утворюють суттєвий сегмент ВВП, проте у зв'язку з не виробництвом овочів і фруктів значна їх частина заміщується продукцією іноземних компаній, що призводить, з одного боку, до відтоку вітчизняного капіталу до країн-постачальників, з іншого - створює жорсткі конкурентні умови для національних виробників.

У довідковій літературі визначено конкурентоспроможність як можливість здійснювати свою діяльність за умов відкритого ринку і залишатися тривалий час прибутковим. Конкурентоспроможність продукції – це сукупність споживних якостей даного товару (продукції, виробу, послуги), яка відображає його відмінності від аналогічного товару іншого виробника (від товару-конкурента) за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і вартості (ціни) [1].

Б.Й. Пасхавер ототожнює конкурентоспроможність із конкурентністю, розглядаючи її під кутом зору вартісних показників оцінки, таких як ціна, прибуток, рентабельність діяльності агропромислових підприємств, вважаючи їх рівень показниками конкурентоздатності агрокомплексу [2].

На переконання С.А. Кравченко: «Основна проблема забезпечення конкурентоспроможності продукції – нарощування обсягу виробництва, переробки і продажу продукції, збільшення прибутку від реалізації, зниження собівартості виробництва і затрат експлуатації» [3].

Проблема конкурентоспроможності багатопланова і багатоаспектна, її потрібно розглядати у ракурсі підвищення конкурентоспроможності продукції, агропідприємств і агрокомплексу загалом. Законом України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» визначено мету державної аграрної політики – «перетворення аграрного сектору на високо-ефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому і зовнішньому ринках сектор економіки держави» [4].

Вихідною базою для розбудови конкурентоспроможного аграрного сектору є конкурентоспроможність продукції як з'єднувальна ланка між виробниками та споживачами. Конкурентоспроможність продукції означає ступінь її відповідності вимогам споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками (економічними – ціна, собівартість; екологічними – безпека; споживними – якість). Конкурентоспроможна продукція підприємств агропромислового комплексу характеризується високою якістю та безпекою, поживністю, тривалістю зберігання.

Розглянемо існуючий стан виробництва плодоовочевої продукції в Полтавській області (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягів виробництва плодоовочевої продукції в Полтавській області за період 2009 – 2013 рр. (тис. ц)

Продукція	Роки					2013 до 2009 у %
	2009	2010	2011	2012	2013	
Картопля	9023,7	8188,1	12727,6	9508,5	9840,5	109,1
Овочі	4274,2	4055,6	5002,1	4919,1	4625,7	108,2
Плоди та ягоди	1170,0	1007,2	940,2	913,8	1161,8	99,3
Сільськогосподарські підприємства						
Картопля	47,1	93,5	222,4	205,0	151,8	322,3
Овочі	43,9	47,9	96,4	96,4	108,1	246,2
Плоди та ягоди	13,8	27,5	3,7	7,1	170,1	1232,6
Господарства населення						
Картопля	8976,6	8094,6	12505,2	9309,5	9688,7	107,9
Овочі	4230,3	4007,7	4905,7	4822,7	4517,6	106,8
Плоди та ягоди	1156,2	979,7	936,5	906,7	991,7	85,8

Аналізуючи дані таблиці ми можемо зробити висновок, що в 2013 році порівняно з 2009 роком виробництво картоплі зросло на 9,1%, виробництво овочів зросло на 8,2%, а виробництво плодів та ягід зменшилось на 0,7%. Також можемо зазначити, що більша частка виробництва плодоовочевої продукції припадає на господарства населення.

В 2013 році виробництво картоплі в Полтавській області склало 984,1 т, що складає 4,4% від виробництва картоплі в Україні, овочів – 462,6 т, відповідно 4,7%, плодів та ягід – 116,2 т, відповідно 5,1% від загального виробництва в країні.

На рівні зі структурою виробництва плодоовочевої продукції доцільно розглянути і структуру реалізації плодоовочевої продукції в Полтавській області (табл. 2).

З даних таблиці видно, що більша частка продукції реалізується за іншими каналами збуту. Але велика частка продукції реалізовується населенню в рахунок оплати праці і на ринку через магазини, ларки.

Попереджуючи можливі стрибки цін на плодоовочеву продукцію у майбутньому, Кабінет Міністрів затвердив план першочергових заходів щодо збільшення виробництва картоплі й овочів.

Проте, як показав проведений аналіз, гострою проблемою галузі є відсутність в Україні сучасних сховищ для плодоовочевої продукції, що є заста-

рілою «хворобою» вітчизняного агропрому. Щораз напередодні нового сільськогосподарського сезону, коли українські аграрії розраховують посівні площі під овочеві культури й підготовлюють до сезону плодіві дерева й чагарники, перед ними встає питання, а де саме прийдеться зберігати, переробляти, продавати вирощене та вироблене?

Таблиця 2

Структура реалізації плодоовочевої продукції за каналами збуту в Полтавській обл. в середньому за 2009-2013 рр.

Показник	Картопля	Овочі	Плоди та ягоди
Продано – всього.	100	100	100
в т.ч. за каналами реалізації			
- переробним підприємствам та заготівельним організаціям	0,2	11,7	13,95
- населенню в рахунок оплати праці	18,58	17,64	25,48
- на ринку через магазини, ларки	10,36	19,52	46,04
- за іншими каналами	71,2	55,82	22,9

Як наслідок, за оцінками фахівців, недостатня кількість сховищ щорічно призводить до втрати мінімум 20–25% вже зібраного врожаю й значного росту відпускних цін у період міжсезонного споживання овочів і фруктів. Та й саме виробництво деяких видів овочів перестає бути привабливим для сільськогосподарських підприємств.

Будівництво сучасних сховищ, з застосуванням технології РГС для збереження овочів та фруктів потребує значних фінансових ресурсів. Так, за оцінками фахівців, будівництво сучасного складського приміщення в перерахуванні на 1 т зберігання обійдеться інвесторові для овочів в \$ 500–900, для плодоягідних культур – в \$ 700–1500.

Але оскільки реалізація подібних проектів потребує значних фінансових ресурсів, яких у агропідприємств немає, тому в кризовий та посткризовий період їх будівництвом навряд чи хтось займатиметься, а це означає, що втрати врожаю як і раніше будуть високими. В цих умовах зростає роль підприємств консервної промисловості. При цьому власний аграрний бізнес для виробників плодоовочевих консервів – непогана база для мінімізації ризиків як у неврожайні роки, так і під час фінансової кризи. Однак, сезонність наявності якісної сировини стримує зростання обсягів виробництва консервованої продукції. Це зумовлює збільшення імпорту овочевих консервів, особливо грибів, томатів тощо.

Поряд з дефіцитом сховищ можна виділити ще одну проблему – відсутність у країні агротехнологій вирощування продукції, призначеної саме для зберігання. Через це виробники навіть за наявності сучасних сховищ втрачають значну частину зібраного врожаю. Внаслідок цього в Україні підвищується собівартість овочів і фруктів, адже виробник повинен закласти в неї 20–30% втрат. Це знижує конкурентоспроможність продукції при її експорті й призводить до збільшення ринкової частки дешевого імпорту.

Незадовільний товарний вигляд продукції, пов'язаний з відсутністю сучасних технологій та обмеженістю потужностей з сортування та фасування продукції, відсутність практики сертифікації виробників та стандартизації продукції у відповідності зі світовими стандартами якості та безпеки продукції та інші фактори також впливають на рівень конкурентоспроможності плодоовочевої продукції вітчизняних виробників.

На внутрішньому ринку ціновий аспект конкурентоспроможності виявляється у тому, що ціни на аграрну продукцію низькі для виробників, але високі для споживачів, до того ж собівартість зростає швидшими темпами ніж ціни, загострюється проблема платоспроможного попиту споживачів. В більшості потенційних країн-імпортерів (споживачів) вітчизняної аграрної продукції ціна не є основним фактором конкурентоспроможності, адже споживачі з високим рівнем доходів більше уваги приділяють якості та безпеці продукції, що є слабким місцем вітчизняних аграрних виробників. Таким чином, у питанні конкурентоспроможності продукції підприємств агропромислового комплексу найважливішими факторами для споживача є якість, безпека і ціна (він прагне купувати якісну продукцію за оптимальними цінами), для виробника також важливими є якість і ціна продукції (виробник повинен виробляти якісну продукцію, щоб продати її за високою ціною). Тому, на наше переконання, підґрунтям забезпечення сталого підвищення конкурентоспроможності є: досягнення міжнародних стандартів якості продукції шляхом стимулювання виробників диференційованими доплатами за якість продукції; ціноутворення з максимальним урахуванням інтересів виробника і споживача; можливість споживача купувати продукцію за оптимальними для кон'юнктури ринку цінами. Держава має контролювати прояви монополізації ринку (для споживача ціна має вирішальне значення, особливо за умови низької купівельної спроможності, що змушує останнього купувати неякісний продукт). Об'єктивною передумовою обслуговування виробників і споживачів є також формування ефективної ринкової інфраструктури.

Ринкова активність суб'єктів плодоовочевого ринку залежна від ціни. Аналіз цієї економічної ситуації показує – тотальну корупцію, монополізацію ринків, відставанні фінансового та сільськогосподарського секторів України.

Високою собівартість робить обов'язок підприємця платити придумані штрафи та побори, що збільшує її на третину. Виробники могли б продавати вирощений урожай по самим низьким цінам, але за постійних вимогань вимушені збільшувати ціни на гурті, не згадуючи про роздріб. Відсутність державної підтримки, гніт чиновників привели до монополізації ринка та вимиванні з нього невеликих підприємців, що викликало невпинне збільшення вартості товарів. Однак, існує проблема не тільки в виробниках, а й у відсутності ринків збуту. Розмістити свій товар на вітринах великих торгових підприємств дуже важко. Прямими зв'язками можуть бути інтегровані лише невелика кількість крупних виробників. Співпраця мілких підприємств через посередників сприяє подорожчання товару з самого початку просування на 15-20%. Така ситуація підтверджує нагальну необхідність створення по країні заготівельної мережі, послідуєчий продаж через оптові бази, створені в великих містах,

транспортних осередках. Здорожує кінцеву ціну й неофіційна плата менеджерам по закупкам, які сприяють розміщенню товарів на полках магазинів.

Висновки. Основними умовами формування конкурентоспроможності в агропромисловому комплексі є створення рівноконкурентних умов або «однакових правил гри» для економічних суб'єктів. Цей процес має передбачати обмеження монополізму, формування дієвої ринкової інфраструктури, а також низку заходів, спрямованих на забезпечення цінової стабілізації та підтримки товаровиробників; створення рівних умов реалізації продукції на внутрішньому ринку шляхом обмеження ввезення сільськогосподарської продукції за демпінговими цінами; створення системи моніторингу та прогнозування кон'юнктури аграрного ринку, збору та поширення оперативної інформації серед усіх його учасників; регулярного проведення моніторингу конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції; створення умов зберігання продукції шляхом будівництва спеціалізованих овочесховищ; формування дієвої інфраструктури аграрного ринку і забезпечення його ефективного функціонування; забезпечення підтримки вітчизняних товаровиробників плодоовочевої продукції з боку держави; створення умов для розвитку переробної галузі.

Список використаних джерел:

1. Осовська Г.В. Економічний словник / Осовська Г.В., Юркевич О.О., Завадський Й.С. – К. : Кондор, 2007. – 358 с.
2. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектора / Б. Пасхавер // Економіка України. – 2007. – №1. – С. 78–87 с
3. Кравченко С.А. Фактори й рівні адаптації сільсько-хозяйствених підприємств куслування конкуренції / С.А. Кравченко // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 115–121
4. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року. – Закон України : від 18 жовтня 2005 року, №2982-IV// [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.ua>
5. Статистичний щорічник України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Статистичний щорічник Полтавської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.poltavastat.gov.ua>.

Рецензент – д.е.н., професор Махмудов Х.З.

УДК 339.138:631.1.027:634.009.12

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА

***Гузар Б.С., к.е.н., доцент; Цикалюк О.С., аспірант
Уманський національний університет садівництва***

Розглянуто роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності продукції садівництва. Запропоновано схему видів маркетингу, яка дає змогу залежно від коливань попиту змінювати стратегію поведінки підприємства на ринок. Розкрито роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності продукції садівництва, яка полягає в орієнтації всієї діяльності підприємства, його персоналу і процесів управління на кінцеві результати: якість, результативність, ефективність, конкурентоспроможність, базуючись на дослідженнях і формуванні його засобами організаційно-економічних умов здійснення відтворювальних процесів.