

Рябенко Г.М.

*Миколаївський державний аграрний університет*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ОВОЧЕКОНСЕРВНОГО ПІДКОМПЛЕКСУ АПК  
У РИНКОВИХ УМОВАХ

*У статті проаналізовані теоретичні засади забезпечення конкурентоспроможності овочеконсервного підкомплексу АПК. Особлива увага приділена підвищенню якості та конкурентоспроможності овочів за рахунок виробництва екологічно чистої продукції.*

Ключові слова: конкурентоспроможність, овочеконсервний підкомплекс АПК екологічно чиста овочева продукція, афовиробництво.

I. Вступ. Овочі та продукти їх переробки є основними складовими щоденного раціону населення і як повноцінні продукти харчування, і як функціональні продукти, тобто ті, що мають лікувально-профілактичну дію. Саме тому формування конкурентоспроможного виробництва овочеконсервної продукції у сільськогосподарських підприємствах є однією з найштовитіших задач вирішення продовольчої безпеки країни та успішного розвитку аграрного ринку України.

Теоретичні та методичні засади формування і функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності овочеконсервного підкомплексу АПК залишаються поки що малодослідженими: окремі аспекти цих проблем знайшли певне відображення в наукових працях Борщевського П.П., Гальчинської В.А., Ганечко Л.О., Доброзорової О.С., Криворучко В.І., Ручкіна О.В., Рудь А.М., Склярєвського М.О., Шумейко А. та інші.

II. Постановка завдання. Вивчення теоретичних аспектів організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності овочеконсервного підкомплексу АПК, спрямованого на забезпечення ефективного розвитку галузі та високої якості продукції у ринкових умовах.

III. Результати. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності овочеконсервного підкомплексу АПК необхідно розглядати як систему економічних, організаційних, технологічних та екологічних

щас важелів та методів управління якістю овочевої продукції, які у процесі взаємодії забезпечують сукупність високих споживчих якостей овочів та продуктів їх переробки і стабільний попит на них на агроринку при оптимальних затратах на їх виробництво і достатньому рівні цін для товаровиробників при реалізації овочевої продукції споживачам за різними каналами збуту, що гарантує ефективне ведення овочівництва в ринкових умовах. Ринок овочеконсервної продукції при цьому визначається як сукупність обмінних операцій, які регулюють товарно-грошові відносини товаровиробників та споживачів овочів та продуктів їх переробки та визначають рівень конкурентоспроможності цих видів продукції на ринку.

Результати виробництва овочеконсервної продукції залежать від вливу рідкого комплексу економіко-організаційних чинників: атраїтехнічних, технологічних, організації управління, системи планування, маркетингу, реорганізації та реструктуризації підприємств, механізму лізингу і оренди, ціноутворення, фінансово-кредитної політики підприємства, системи стимулювання підвищення конкурентоспроможності виробництва, страхування підприємницького ризику та ін.

Як засвідчує світовий досвід, в умовах ринкової економіки та конкурентної боротьби саме якість виступає основою виживання сільськогосподарських товаровиробників, критерієм оцінки результативності їх господарської діяльності. Якість овочевої продукції являє собою сукупність біологічних та споживчих властивостей, яка задовольняє індивідуальні потреби покупців.

Підвищення якості та конкурентоспроможності овочів тісно пов'язано з виробництвом екологічно чистої продукції, яка забезпечує споживачу високу якість та свіжість продуктів, вищі смакові якості овочів, екологічну безпеку харчування, відсутність генетично модифікованих організмів. Технологія виробництва екологічно чистої овочевої продукції ("органіки") передбачає систему виробництва, яка забороняє або в значній мірі обмежує використання синтетичних комбінованих добрив, пестицидів, регуляторів росту. Така система наскільки можливо максимально базується на сівозмінах, використанні рослинних решток, гною та компостів, бобових рослин та рослинних добрив, органічних відходів виробництва, мінеральної сировини, механічному обробітку ґрунтів та біологічних засобах боротьби із шкідниками з метою підвищення родючості та покращення структури ґрунтів, забезпечення повноцінного живлення рослин та боротьби з бур'янами та різноманітними шкідниками [1].

С Рябенко Г.М., 2007

Основними перевагами екологічно чистої овочевої продукції є: 4  
 - корисність для здоров'я: містить більше вітамінів та мікроелементів, ніж продукція, які вирощена за загальноприйнятою технологією;  
 - безпечна, поживна, нефальсифікована продукція, вирощена без застосування штучних хімікатів, пестицидів та мінеральних добрив;  
 - не завдає шкоди навколишньому середовищу.  
 - вироблена без генетично модифікованих організмів;  
 - зменшує залежність від невідтворюваних ресурсів;  
 - покладається на сучасне та наукове розуміння екології та ґрунтознавства, водночас використовуючи традиційні методи сівозміни культур з тим, щоб гарантувати родючість ґрунтів і забезпечити контроль над бур'янами та шкідниками [2].

Уряди багатьох країн, з метою заохочення фермерів запроваджувати нові форми ведення сільськогосподарської діяльності та підтримки господарств на період конверсії, коли можливі фінансові збитки, надають їм відповідні фінансову допомогу. Наприклад, у 2001 р в Польщі "органічні" господарства отримували субсидії в розмірі 108 дол. на кожні 100 га ріллі, 38 дол. у розрахунок на гектар пасовища (луків) та близько 150 дол. на кожен гектар багаторічних насаджень. Крім того держава також частково компенсувалася вартістю проведення сертифікації "органічних" господарств. В Ірландії господарства розміром менше 3 га в період конверсії отримують дотацію в розмірі 242 євро/га, а після отримання статусу „органічного» господарства 121 євро/га. Для господарств, що мають земельні площі від 3 до 40 га, ця підтримка відповідно становить 181 і 91 євро/га.

У 2002 році Україна зобов'язалася дотримуватися міжнародних принципів сталого розвитку, де органічне аграрне виробництво є основним напрямком розвитку у сільському господарстві. Проте запровадження технологій органічного агровиробництва в Україні не набули поширення через соціально-психологічні, інституційно-правові та фінансово-економічні чинники.

Для впровадження органічного агровиробництва в Україні необхідно вирішити ряд проблем:

- розробити та запровадити державну екологічну програму агровиробництва;

- сформувати сприятливу урядову політику, нормативію-правову базу, національні стандарти та систему сертифікації органічної продукції;

- створити інфраструктуру сертифікаційних установ, асоціацій виробників органічної продукції та відповідної торгівельної мережі;

- запровадити інформаційне-консультативне забезпечення та створити спеціальні дорадчі служби;

І - спрямувати державну підтримку на період переходу до органічного господарства:

- посилити національну систему органічних гарантій для захисту українських споживачів;

- підвищити рівень довіри споживачів до якості органічної продукції вітчизняного господарства;

- інтегрувати у міжнародні структури (ЄС, НЮАМ) та забезпечити доступ на зовнішні ринки органічної продукції.

У лютому 2007 року у Нюрнбергу (Німеччина) під час проведення Всесвітнього конгресу з питань розвитку екологічно чистого сільськогосподарського виробництва Україна була прийнята у члени Міжнародної федерації екологічного сільського господарства - ПЮАМ. Членство України в ГРОАМ забезпечить розширення ринку екологічно чистої продукції сільськогосподарського виробництва в Україні на основі міжнародних стандартів, що дасть можливість, з одного боку, наситити вітчизняний ринок "органічними" продуктами харчування, а з іншого боку, підвищити рівень експорту екологічно сертифікованої сільськогосподарської продукції.

Якість овочів повинна забезпечуватися як у виробничому циклі, так і в процесі зберігання, переробки, транспортування, маркетингу, післяпродажного обслуговування і повинна постійно контролюватися на окремих технологічних стадіях надходження овочевої продукції до споживачів.

Розширення обсягів зберігання овочів у місцях їх вирощування забезпечить підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників, так як розміщення сховищ безпосередньо у господарствах сприяє скороченню пікових навантажень на транспорт, витрат на доставку за рахунок перевезення лише якісної продукції.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємств овочеконсервного підкомплексу АПК сприяють маркетингові дослідження, які дозволяють визначити мету відносно рівня продажу (на підставі оцінки обсягу ринку, визначення основних та потенційних споживачів), намітити рівень прибутковості, визначити рівень продажу, розробити стратегії для окремих сегментів ринку на підставі даних про кон'юнктуру кожного окремого ринку, встановити

фінансові цілі на підставі прогнозу продажної ціни товару, розробити стратегію комунікації та заходи щодо просування товару на ринки, встановити елективні цілі та розробити стратегію розвитку підприємства

Створення інтегрованих та кооперативних структур дасть можливість об'єднати в одне ціле економічні інтереси ланок АПК (сільськогосподарських товаровиробників, переробних підприємств та організацій торгівлі) **ЯИ** підвищити долю сільськогосподарських підприємств у ціні готової продукції. Такі господарські формування за рахунок усунення поєм рідників у переробці та реалізації кінцевої продукції, які привласнюють зв'язку з неурегульованими ціновим механізмом частину прибутку товаровиробника. мають можливість відшкодувати свої витрати за рахунок власні коштів. Крім того, постійні протягом року грошові надходження за реалізовану продукцію безпосередньо споживачеві дають змогу своєчасно придбати оборотні засоби, сплачувати заробітну плату та інше [3].

IV. Висновки. Для досягнення конкурентоспроможності овочеконсервного підкомплексу АПК необхідно зосередити увагу на підвищенні якості продукції, розширенні її асортименту та забезпеченні ширшого паритету. Маркетинг в овочеконсервному підкомплексі АПК є одним із шляхів стимулювати зростання виробництва і реалізації овочевої продукції. Основним завданням якого є нарощування випуску конкурентоспроможної овочевої продукції та обмеження виробництва тих з них, які не користуються попитом. Створення регіональних інтегрованих систем дасть можливість стабілізувати положення в овочеконсервному підкомплексі ЛПК та сприяти розвитку його діяльності в умовах ринкової економіки.

*Література:*

1. Яерогт, апсі Кесотшеспіаііопз оп Ог^апіс І' агтішг (\МазЫп£іоп ІХ': ПЗОА, 1980), р. Хіі. ІЧАЬСаІІ # в8605.5 Ш2
2. Шлапак В.О., Чопенко В.М. Створення інфраструктури виробництва та маркетингу екологічно чистої овочевої продукції в Україні // Економіка АПК. - 2004. - № 1. - С. 136.
3. Рябенко Г.М. До питання розвитку овочівництва у Миколаївській області // Вісник аграрної науки Причорномор'я. - 2003. - Вип. 1 (21). - С. 8-11.

Ершова Н.Ю.

Національний технічний університет  
«Харківській політехнічний інститут»

**Щ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВИХ ІНДИКАТОРІВ  
ДЛЯ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА  
(НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ)**

*Уданій статті розгядается проблема, пив 'язана з економічною діагностикою фінансового стану промислових підприємств. Розраховано за запропоновано набір агрегованих псових індикаторів на прикладі підприємств машинобудівної галузі.*

**Ключові слова:** фінансовий стан, фінансові індикатори платоспроможність, ліквідність, рентабельність.

I. Вступ. Формування ринкової економіки в Україні, істотно змінило умови діяльності підприємств всіх галузей: змінилися форми й методи державного регулювання, підсилюється вплив зовнішнього середовища, підвищився рівень відповідальності керівників підприємств за самостійно прийняті управлінські рішення. Управлінські рішення, які спрямовані на мінімізацію кількості непередбачуваних кризових ситуацій та дієве їх подолання, повинні ґрунтуватися на результатах діагностики фінансового стану конкретного підприємства. Досить гострою проблемою для сучасних промислових підприємств є недостатній рівень забезпеченості суб'єктів господарювання методичними рекомендаціями щодо діагностики кризи на ранніх стадіях її виникнення, що дозволить вчасно запустити вхід певні механізми захисту або обґрунтувати необхідність проведення антикризових заходів.

Розробкам методик діагностики фінансового стану підприємств присвячені праці таких вчених, як Беляєва С.Г., Градова А.П., Грушенко В.И., Балабанова І.Т., Забродського В.А., Заруби В.Я., Кізіма М.О., Клебановій Т.С., Ковальова А.П., Терещенка О.О., Форрестера Д., Хохотомлянського А.Л., Шима Д., та інших. Незважаючи на значні здобутки в дослідженнях проблемних аспектів діагностики банкрутства та фінансової кризи, потребують подальшого удосконалення вибір та градація фінансових показників, які використовуються в моделях за ступенем їх важливості для створення моделі оцінки фінансової кризи з урахуванням галузевої належності підприємств. На те-