

Зерновий ринок Вінницької області є достатньо конкурентноспроможним за рахунок слідуєчих чинників:

- область у 2008 році збрала рекордний урожай на рівні 3,4млн.тон;
- ціни, що склалися на зернові забезпечують рентабельність на рівні 12,1%;
- низький рівень витрат забезпечує цінову конкурентноспроможність зернової продукції Вінницької області.

#### Література

1. www.ukrstat.gov.ua.
2. І.Крючкова. Лозанський вердикт. Наскільки конкурентноспроможна Україна//Консалтинг.-2007. - №7. – 29-34с.
3. Кортч П. Зерновий ринок у пошуку стратегії//Farmer. – 2009. - №1. – С.20-23.
4. О.О. Єранкін. Вплив аграрної політики на маркетингову діяльність підприємств АПК в Україні. // Економіка АПК. – 2008. - № 6. – С.23-39.
5. Притула Н.М. Проблеми розвитку маркетингу в аграрному секторі України.//Держава та регіони. Серія. Економіка та підприємництво. – 2008. - №7. – С.159-162.
6. Родіонова Ю.М. Проблеми формування конкурентноспроможності вітчизняного виробника.//Формування ринкових відносин в Україні. - №1. – С.126-129.
7. Саблук Р.П. Фінансові проблеми розвитку ринку зерна в Україні //Економіка АПК. – 2008. - №12. – С.69-74.

### СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Ходацька М.В.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кафлєвська С.Г.

*Аналізується стан ринку плодовоовочевої продукції та продуктів її переробки, проблеми функціонування ринку плодів та можливі шляхи їх вирішення.*

**Постановка проблеми.** Створення ринку плодовоовочевої продукції та продуктів її переробки є важливою складовою аграрної політики на сучасному етапі. В Україні плодовоовочева консервна промисловість є галуззю спеціалізації і в багатьох областях має профілююче значення. За обсягом валової продукції у структурі харчової індустрії вона посідає десяте місце, а за чисельністю промислово-виробничого персоналу – четверте [3]. Але галузь, яка відіграє важливу роль як в економіці АПК, так і всієї країни, на сьогоднішній день стоїть перед цілим рядом проблем, які потребують нагального вирішення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З початком ринкових перетворень економіці нашої країни дослідженням особливостей розвитку плодовоовочевої галузі займалися такі вчені, як В.В. Писаренко, І.Бобось, З.Сич, О.Черенко, А.Шумейко та інші.

**Ціль роботи.** На основі всебічного дослідження загальних та специфічних особливостей розвитку плодовоовочевої галузі економіки України обґрунтувати пропозиції по вдосконаленню її розвитку, належній реорганізації галузі для підвищення її глобальної і регіональної привабливості.

**Виклад основного матеріалу.** Для окреслення галузь та розробки пропозицій щодо їх розв'язання, дослідимо стан самої галузі. Подолання проблем вимагає не лише розуміння сьогоднішньої ситуації, а й об'єктивної оцінки наслідків тих процесів, що відбувалися протягом останніх років кола проблем, з якими стикається

Протягом останніх років, ситуація на плодовоовочевому ринку змінилася на краще: 2005 р. був надзвичайно успішним для більшості учасників плодовоовочевого бізнесу. Фермери отримали додаткову підтримку у вигляді рекордно високих цін на більшість овочів та фруктів, постачальники насіння отримали стійке зростання продажів, значно збільшилися інвестиції в інфраструктуру і сучасні сховища, системи післязбиральної доробки продукції, упаковки тощо.

Якщо відштовхуватися від офіційної статистичної інформації, загальне виробництво овочів у 2007р. зросло порівняно з попереднім роком на 9% (табл. 1).

Споживання овочів та фруктів зросло в усіх напрямках: у свіжому вигляді, для консервації, для заморожування, для сушіння тощо. Це призвело до значного підвищення цін на овочі та фрукти на внутрішньому ринку. Споживачі все частіше віддавали перевагу високоякісній плодовоовочевій продукції в зручній упаковці, незважаючи на те, що ціна на неї була вища за альтернативні варіанти. Іноземні компанії почали активно інвестувати і у виробництво, і в переробку овочів та фруктів. Отже, можна стверджувати, що 2005 р. був переломним для плодовоовочевого бізнесу України [1].

В 2007 р. збільшення пропозицій з тепличних господарств, а також низькі закупівельні ціни експортерів сприяли зниженню цін на внутрішньому ринку. Проблеми зі збутом не відзначали лише ті переробники, які відвантажували продукцію на експорт, який у 2007 році складав більше, ніж 1,2 млн. тонн. Продажі на внутрішньому ринку в цей період здійснювалися низькими темпами.

Виробництво капусти у 2007р. порівняно із 2001р. зросло на 531 тис. тонн або на 60,2%, в той час, як посівна площа під цією культурою зменшилась на 7 тис. га або на 8,3%, виробництво цибулі відповідно на 71,5%, при меншій площі посіву на 9,4%, виробництво моркви і баклажанів зросло на 67,5% і 79,4% відповідно, майже при незмінній посівній площі. Обсяги виробництва яблук зросли за останні 7 років у 2,4 рази, при тому

що загальна площа насаджень зменшилась на 121 тис. га або 43,8%. Тобто зростання виробництва плодоовочевої продукції відбувалося в основному інтенсивним шляхом, за рахунок зростання урожайності цих культур.

Проте ми вважаємо, що темпи збільшення обсягів виробництва плодоовочевої продукції у найближчі роки будуть ще більшими, що пов'язано із зростанням попиту на овочі і фрукти, та, як наслідок, збільшення інвестиційної привабливості галузі.

Ринок плодоовочевої продукції та продуктів її переробки формується суб'єктами ринкових відносин – приватними і державними підприємствами, підприємствами системи заготівлі, зберігання, переробки і реалізації продукції.

Таблиця 1

Виробництво плодоовочевої продукції в Україні

Продукція, тис. т.	Роки							2007р . у% до 2001р
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Картопля	12723	20174	17305	16619	18451	20755	19462	153,0
Капуста	932	1105	1324	1163	1541	1559	1493	160,2
Помідори	1239	1020	1053	1206	1148	1023	1338	108,0
Огірки	513	586	467	528	681	575	557	108,6
Морква	385	496	463	445	530	675	645	167,5
Інші овочі	2254	2616	2602	2487	2640	3132	3540	157,1
Разом овочів (без картоплі)	5324	5821	5907	5827	6538	6964	7572	142,2
Кавун	425	325	314	347	332	307	256	60,2
Диня	52	48	40	56	51	62	54	103,8
Разом баштанних	477	373	354	404	382	369	311	65,2
Полуниця, суниця	22	32	35	37	33	36	46	209,1
Малина	14	20	19	18	20	25	28	200,0
Смородина	15	20	19	20	21	25	25	166,7
Виноград	38	69	42	51	64	41	48	126,3
Горіхи	28	50	55	57	79	91	91	325,0
Інші фрукти	567	1019	843	924	1369	1278	1292	227,8

Вже протягом тривалого часу консервна промисловість випускає конкурентоспроможні товари, зорієнтовані на внутрішні і зовнішні ринки [1].

Зростання реальних доходів населення у 2005 р., порівняно з попереднім роком на 20% та зменшення реального рівня безробіття в країні призвели до значних змін у споживанні плодоовочевої продукції.

Велика кількість людей відмовилася від вирощування овочів і картоплі для власного споживання на присадибних ділянках і дачах, не маючи на це часу та вважаючи це невигідним [5].

Нами було проаналізовано виробничі потужності найбільших виробників плодоовочевої консервації (табл.2).

Таблиця 2

Виробничі потужності найбільших українських виробників плодоовочевої консервації

Компанія	Сумарна потужність заводів, муб. на рік
Група компаній «Верес» (ТМ «Верес», «Шість соток», «Котигорошко», «Грибочки из бочки»)	24
ЗАТ «Чумак» (ТМ «Чумак», «Дарина»)	20
ТОВ «Сиверфуд» (ТМ «Нежин»)	20
Консервний завод Univer (ТМ Univer)	15
ЗАТ «Крафт» (ТМ «Золотодар»)	12
СП «Микаленд» (ТМ «Микадо», «Саиленд»)	12

Отже, найбільшу сумарну потужність заводів має група компаній «Верес» (24 муб/рік), рівні потужності — у ЗАТ «Чумак» та ТОВ «Сиверфуд» — по 20 муб/рік. Від них відстають консервний завод «Univer», ЗАТ «Крафт» та СП «Микаленд».

Лідерами української плодоовочевої галузі власне самі вітчизняні „консерватори“ традиційно називають групу компаній «Верес» і ЗАТ «Чумак» [1].

Вивчаючи особливості переробки сільськогосподарської продукції, аналітики Міжнародної фінансової корпорації (МФК) 2005р. досліджували різні ринки. 20% респондентів МФК були представниками овочепереробних підприємств.

Більше двох третин опитаних „консерваторів“ найбільш наболілою вважають проблему зношення

основних фондів підприємств. Більше трьох четвертих респондентів вважають, що потреба підприємств галузі у залученні інвестицій сьогодні дуже висока. Структура пріоритетних напрямків розвитку підприємств зображені на рис. 1.

Якщо говорити про консервовані овочі, то збільшувати ріст ТМ «Верес» та ТМ «Чумак» потрібно за допомогою залучення в Україну іноземних інвестицій, розробки нових технологій консервування, покращення економічних умов для розвитку нових підприємств, зокрема – зменшення податків, надання пільг «молодим» фірмам та ін., тому що ця продукція користується попитом серед населення.

Оскільки аграрному виробництву притаманне таке явище як сезонність виробничого процесу, то це не може не позначатися на діяльності переробних аграрних підприємств. З іншого боку, для переробників фруктів та овочів існує також сезонність попиту на продукцію. Отже, вони мають так спланувати свої дії, щоб якнайменше відчути на собі (і своїх прибутках) вплив сезонності у постачанні сировини та реалізації виробленої продукції.

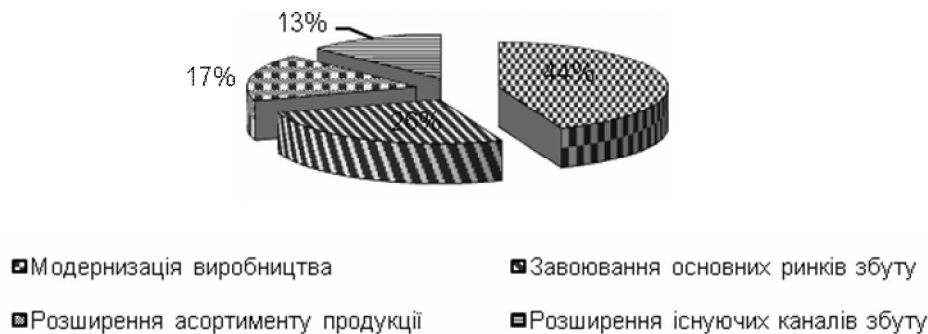


Рис. 1. Пріоритетні напрями розвитку переробних підприємств України

Групі компаній «Верес» у боротьбі з сезонністю попиту у першу чергу допомагає розвиток без сезонних напрямків, а точніше продукції соусної групи: майонезів, гірчиці, соусів, кетчупів. Окрім того, виручає основний продукт «Вересу» — гриби, виробництво та попит на які у меншій мірі залежить від сезонності, тому виробляти їх можна цілий рік.

Однією із галузевих особливостей є необхідність роботи в умовах періодичного „замороження” оборотних засобів, оскільки виробничий пік припадає на весну-літо, а максимум продаж — на зиму. З урахуванням цього, а також повної залежності консервних комбінатів від результатів роботи аграрних підприємств, планувати роботу дуже важко. Тому проблеми консервної галузі у першу чергу пов’язані із нестабільністю у сільському господарстві і відсутністю у достатній кількості вітчизняних виробників якісної тари.

Відомо, що на сьогодні дуже багато підприємств в Україні проводять технічне переобладнання з метою підвищення продуктивності і якісних характеристик. Це першочерговий захід. Але дана галузь вимагає довготермінового інвестування, перш за все в розвиток сировинної бази, тому для цього необхідно впровадити дієві механізми залучення нашої банківської системи.

І одна з найголовніших проблем – стимулювання експорту плодоовочевої галузі. На даний час більшість українських підприємств - переробників плодоовочевої продукції зазнають значних труднощів з експортом своєї продукції в Росію. Причиною цього є значна конкуренція на даному ринку з боку країн Азії та досить динамічний розвиток галузі переробки овочів і фруктів у самій Росії. Про це повідомила відповідальний редактор журналу "Агроогляд: овочі та фрукти" Тетяна Гетьман у своїй доповіді на третій міжнародній конференції-виставці "Овочі та фрукти України-2007. Відкритий ринок" у Києві [1].

Експерт також відзначила, що вихід на ринок ЄС для більшості українських переробників на даний час практично закрито, тому що підприємства не мають міжнародних сертифікатів управління якістю. Крім того, за смаковими якостями українська консервація адаптована до споживачів України та Росії, у той час як у покупців у ЄС дещо інші переваги.

Таким чином, основним стратегічним напрямком у розвитку переробної промисловості є створення "пізнаваних" ТМ і виготовлення нових видів продукції, що полегшить їхній вихід на світовий ринок і зміцнить позиції підприємств на внутрішньому ринку України.

**Висновки.** Підбиваючи підсумки, можна стверджувати, що проблеми розвитку плодоовочевої галузі в Україні є гострими і актуальними, а їх розв’язання стане реальним за умови наявності цілої низки взаємодоповнюючих заходів, розглянутих у статті.

Отже, плодоовочеконсервним підприємствам необхідні:

- Фінансово-кредитна підтримка за рахунок розширення видів кредитування;
- Відновлення традиційних та освоєння нових зовнішніх ринків збуту;
- Зважена правова, інвестиційна та структурна політика.

#### Література

1. Андришко А., Писаренко В. Маркетингові альтернативи збуту плодоовочевої продукції. // <http://www.lol.org.ua/ukr/fruits/showart.php?id=18658>

2. Гаєв В. Що ми їмо? // Дзеркало тижня. – 2005ю – 18 січня. – с.8.
3. Дейнеко Л.В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень (проблеми теорії та практика). – К.: Знання, 2006. – 331с.
4. Ковалевский В.В., Михайлюк О.Л., Семенова В.Ф. Размещение производственных сил в Украине. – Донецк, 2007. – 275 с.
5. Писаренко В.В. Исследование рынка переработки овощной продукции. // <http://agromage.com>
6. <http://minagro.kiev.ua>

## МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Бондар О.О.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Мазур К.В.

*В цій статті розглянуто основні причини настання кризи на підприємствах та етапи, шляхи виходу (подолання) кризового стану.*

Основна властивість світу, у якому економічна теорія почуває себе затишно, це рівновага і стабільність.

Рівновага не знає різких зрушень, зіткнення протилежних сил старого та нового. Стабільність відбиває процвітання, спокій, стійкість, упевненість. Будь-яка система прагне до стабільного стану і хоче уникати хаосу. Стабільність не може існувати сама по собі, без хаосу, без кризи.[1]

**Актуальність теми.** Історично склалося так, що розвиток людства був пов'язаний з постійною боротьбою з негодами – епідеміями, війнами, втратами. У людині, уже на генетичному рівні, закладене прагнення уникати неприємностей, що вільно чи мимоволі асоціюється з кризою.

У сучасній літературі ще не встановилося загально визнаного уявлення про кризи в розвитку соціально-економічної системи. Існувала точка зору, що кризи є характерною рисою капіталістичного способу виробництва і повинні бути відсутні при соціалістичному ладі. У минулому існували навіть такі теоретичні положення, що при соціалізмі немає криз, є тільки „труднощі росту”. Багато років у нашій країні саме це поняття було, швидше, ідеологічним, ніж реальним фактором розробки економічної політики розвитку виробництва. Дійсно, з появою проблем на соціалістичних підприємствах виникаючі труднощі „гасилися” вищими органами влади. Держава, втручаючись в економіку того чи іншого підприємства, не допускала та й не могла допустити банкрутства. Не існувало і не могло існувати навіть такого економічного поняття, як „банкрутство”. Дотепер, через невизначеність наукових передбачень, на кризу реагували тільки з її появою. А іноді, ще гірше, тоді коли надзвичайна ситуація ставала реальністю і називалася катастрофа.[2]

**Основна частина.** Для запобігання кризи велике значення має своєчасне виявлення ознак майбутньої кризової ситуації.

Менеджеру необхідно вміти передбачати причини та джерела виникнення проблемних ситуацій та мати про запас заздалегідь спроектований механізм їхнього розв'язання для того, щоб наявними ресурсами і можливостями можна було, якщо і не досягти поставленої мети, то хоча б не мати значних втрат.[3]

Криза – це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі.

Причини криз, що виникають на підприємствах, можуть бути різними. Вони поділяються на об'єктивні, пов'язані з циклічними потребами модернізації і реструктуризації підприємств, а також з несприятливими впливами зовнішнього середовища організації, і суб'єктивних, що відбивають помилки і волюнтаризм в управлінні. Причини криз можуть носити також природний характер, що відбивають явища клімату, землетрусу, повені й інші катаклізми природної властивості. А можуть носити і техногенний відбиток, пов'язаний з діяльністю людини.[4]

У розумінні кризи велике значення мають не тільки її причини, але й різноманітні наслідки: можливе відновлення організації чи її руйнування, оздоровлення чи виникнення нової кризи. Вихід із кризи не завжди пов'язаний з позитивними наслідками. Існує можливість і консервації кризових ситуацій на досить тривалий час. Це може пояснюватися політичними причинами. Взагалі наслідки кризи найтіснішим чином пов'язані з двома факторами: його причинами і можливістю управління процесами кризового розвитку.[5]

Наслідки кризи можуть привести до різких змін чи м'якого тривалого і послідовного виходу. Причому вони можуть носити як позитивний, так і негативний характер як для самої організації чи підприємства, так і для навколишнього середовища. Тому керівництву необхідно вкрай відповідально підходити до прийняття рішень антикризового характеру.

Різні наслідки кризи визначаються не тільки її характером, але й антикризовим управлінням, що може чи пом'якшувати кризу, чи загострювати її. Можливості управління в цьому відношенні залежать від мети, професіоналізму, мистецтва управління, характеру мотивації, розуміння причин і наслідків, відповідальності (рис. 1.)[6]

Антикризове управління – це спеціальним чином організована система управління, яка має комплексний системний характер, націлена на найбільш оперативне виявлення ознак кризи та створення відповідних передумов для їх своєчасного подолання з метою забезпечення, відновлення життєдіяльності суб'єкта підприємницької діяльності, недопущення виникнення його банкрутства та запобігання кризи в