

Колокольчикова І.В. Товарна політика підприємств галузі садівництва України. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. –Вип. 1 (12). – Полтава : РВВ ПДАА. – 2016. – 120 - 126 с. (0,4 д.а.) (Наукове фахове видання)

УДК: 631.155:634

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА УКРАЇНИ

Колокольчикова І. В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Визначено суть маркетингової товарної політики підприємства галузі садівництва. Встановлено роль садівництва у товарному виробництві продукції сільського господарства України. Виділено області, які вносять найбільший вклад в сумарний результат роботи підприємств галузі, використовуючи метод ABC - аналізу. Підкреслено особливості розвитку садівництва в залежності від природно - кліматичних умов регіонів. Оцінено структуру продуктового пропонування по галузі в розрізі областей. Визначено загальна спеціалізація областей виробництва плодово – ягідної продукції.

***Ключові слова:** маркетинг, маркетингова товарна політика, промислове садівництво, структура товарної продукції.*

Постановка проблеми. Маркетингова товарна політика підприємств галузі садівництва представляє собою комплекс заходів щодо створення, виведення на ринок, вдосконалення та зняття з виробництва продукту з метою досягнення стратегічних цілей. Товарна політика проводиться не тільки в рамках підприємства, вона може розглядатись і в рамках всієї країни, галузі, області.

В такому вимірі правильне її формування сприяє забезпеченню конкурентоспроможності продукції та раціональному комбінуванні товарів в

структурі виробництва. Ось чому ці питання товарної політики сьогодні в рамках країни та галузей є дуже актуальними, бо правильне проведення цих стратегічних заходів щодо продукту та його представлення на ринку є запорукою успішності не тільки підприємства, а і країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку галузі садівництва сьогодні займається багато вчених. Кожний з науковців торкається проблем сортового складу, інтенсивних технологій вирощування та маркетингових підходів до промислового садівництва. Такими вченими є: В.Андрійчук, М.Афанасьєв, І.Бланк, А.Бугуцький, Я.Вітвицький, З.Гуцайлук, Л.Декслер, С.Дорогунцов, Г.Емерсон, Ю.Лупенко, М.Малишев, Д.Нортон, П.Самюельсон, Т.Хачатуров, П.Хейне, Й.Шумпетер, В.Яцков та інші. Розгляд проблем промислового садівництва на регіональному рівні Півдня України є в наукових працях таких вчених як: В.А.Рульєв, Д.Г. Легеца, Т.А. Маркіна, Я.С. Сокіл О.О.Яцух, О.В.Кравець та інші.

Постановка завдання. Основними завданнями є: визначити суть маркетингової товарної політики підприємства галузі садівництва; встановити роль садівництва у товарному виробництві продукції сільського господарства України; виділити області, які вносять найбільший вклад в сумарний результат роботи підприємств галузі, використовуючи метод ABC аналізу; встановити особливості розвитку садівництва в залежності від природно кліматичних умов регіонів; оцінити структур продуктового пропонування по галузі в розрізі областей; визначити загальну зональну спеціалізацію областей виробництва плодово – ягідної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи маркетингову діяльність підприємств в рамках товарного пропонування треба зазначити, що робота в цьому напрямку обумовлюється специфікою та особливостями, які створює центральна фігура товарної політики – продукт. В галузі садівництва запорука успіху сильно пов'язана з безліч контрольованих та неконтрольованих чинників мікро та макро середовища.

Садівництво як галузь в нашій країні має відповідні конкурентні переваги. Це зазначено також і у Програмі розвитку садівництва України на період до 2025 року. В ній зазначається, що «Україна має значні переваги перед європейськими державами за природно-економічним потенціалом для влаштування промислового садівництва. Це передусім підтверджується тим, що тут за умов найповнішого використання такого чинника високої економічної ефективності садівництва, як поглиблення зональної спеціалізації, можна успішно вирощувати всі без винятку плодові і ягідні культури помірного клімату. На жаль, ця перевага ефективного ведення промислового садівництва використовується поки що незадовільно» [1].

Запорукою отримання якісного продукту в аграрній сфері є сприятливі умови виробництва. Природно-кліматичні умови України дуже різноманітні, що визначають в свою чергу сприятливість територій для сільськогосподарського виробництва. В Україні виділяють 5 кліматичних зон: Полісся (північні кордони України та південні межі: Луцьк, Шепетівка, Житомир, Київ, Ніжин, Конотоп.); Лісостеп (Північ: Луцьк і т.д. Південь: Котовськ, Кіровоград, Кременчук, Полтава, Харків); Степ (Північ: Котовськ і т.д. Південь: Береги морів Чорного, Азовського / крім південного берега Криму); Карпати (Карпатські гори та підгір'я); Південний берег Криму (Південні схили Кримських гір, берег моря).

Таким чином для України зональна спеціалізація відкриває великі перспективи, тому як обсяги виробництва плодів по областях в більшій мірі залежать від умов клімату. Однак все ж таки це не основний фактор, тому що інтенсивні підходи до промислового виробництва плодів забезпечують кращу якість та обсяги виробництва. Тому аналіз товарного пропонування плодів в Україні доцільно починати з аналізу цих показників по областях, а потім і предметно враховувати специфіку структури товарної продукції окремо.

Для цього використаємо метод АВС аналізу. Це найбільш прийнятний та поширений метод аналізу асортименту, заснований на принципі Парето.

Цей принцип підкреслює, що 20% асортиментного пропонування може забезпечити 80% загальних надходжень галузі [3]. Таким чином групи, які виділяються, показують найбільш продуктивні позиції за обсягами доходу (на підприємстві це продукти, в рамках галузі - області).

На сьогодні застосування методу ABC аналізу при дослідженні ринку продукції садівництва дає можливість: виділити області, які вносять найбільший вклад в сумарний результат роботи всіх підприємств галузі; аналізувати отримані результати і розробляти пропозиції по групах та ступені вагомості вкладу [3].

Застосування ABC аналізу в галузь промислового садівництва України дало можливість виділити на протязі останніх 5 років області, які мають різні пріоритети. Зведена інформація про отримані результати за період з 2010 по 2014р.р. представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Результати групування виробників плодів по областях
за методом ABC – аналіз за період 2010 – 2014р.р.**

Роки	Група *		
	А	В	С
2010	Вінницька, АР Крим, Херсонська, Миколаївська	Запорізька, Дніпропетровська, Харківська, Хмельницька, Київська, Чернівецька, Одеська	Івано-Франківська, Донецька, М. Київ, Сумська, Черкаська, Закарпатська та інш.
2011	Вінницька, АР Крим, Херсонська, Миколаївська, Дніпропетровська	Запорізька, Чернівецька, Харківська, Хмельницька, Донецька, Одеська	Київська, Черкаська, Тернопільська, М. Київ, Закарпатська та інш.
2012	Вінницька, АР Крим, Херсонська, Запорізька, Миколаївська,	Дніпропетровська, Чернівецька, Черкаська, Харківська, Донецька, Хмельницька, Одеська	Київська, Закарпатська, Луганська, Івано-Франківська, Сумська та інш.
2013	Львівська, АР Крим	Вінницька, Херсонська, Запорізька, Чернівецька, Миколаївська, Дніпропетровська, Харківська	Одеська, Черкаська, Закарпатська, Донецька, Хмельницька та інш.
2014	Львівська	Вінницька, Херсонська, Чернівецька, Запорізька, Дніпропетровська	Миколаївська, Закарпатська, Хмельницька, Донецька, Одеська

* Послідовність областей записана з урахуванням величини питомої ваги виручки від реалізації в структурі від більшого до меншого

Згідно проведеного групування, табл. 1 всі підприємства областей, що займаються виробництвом плодів поділені на групи. Група А включає області, які в структурі товарної продукції забезпечують до 80% грошових надходжень від реалізації плодів в Україні. Група В включає області, підприємства яких також займаються виробництвом плодів, але їх розміри виручки набагато менші. Ця група більше попередньої, але має слабші конкурентні позиції. Остання група С об'єднує решту областей, підприємства яких не мають такої поглибленої спеціалізації щодо виробництва плодів, і співвідношення ціна та якості відповідна.

Порівняння фактичної та нормативної структури товарного пропонування при АВС аналізі представлена в таблиці 2. У 2010 році в групі А представлено 4 області (Вінницька, АР Крим, Херсонська, Миколаївська), що складає 16% структури. 7 областей попали в групу В (Запорізька, Дніпропетровська, Харківська, Хмельницька, Київська, Чернівецька, Одеська) – 28,0%; останні 56% в групі С[4].

Таблиця 2

Порівняльна оцінка отриманих результатів з рекомендованим значенням

Група	Кількість областей	Структура, %		Відхилення розрахункового показника до рекомендованого, +, - п.п.
		Розрахункова	рекомендована	
2010р.				
А	4	16,0	20,0	- 4,0
В	7	28,0	30,0	- 2,0
С	14	56,0	50,0	+ 6,0
Разом	25	100	100	Х
2011р.				
А	5	19,2	20,0	- 0,08
В	6	23,1	30,0	- 6,9
С	15	57,7	50,0	+7,7
Разом	26	100	100	Х
2012р.				
А	5	20,0	20,0	-
В	7	28,0	30,0	- 2,0
С	13	52,0	50,0	+ 2,0
Разом	25	100	100	Х

2013р.				
А	2	7,7	20,0	- 12,3
В	7	26,9	30,0	- 3,1
С	17	65,4	50,0	+15,4
Разом	26	100	100	Х
2014р.				
А	1	4,2	20,0	- 15,8
В	5	20,8	30,0	- 9, 2
С	18	75,0	50,0	+ 25,0
Разом	24	100	100	Х

У 2011 та 2012р.р. структура більш витримана, тому як на групу А приходиться понад 20%, а на групу В приблизно 30%. По областях також відмічається стабільність. Група А - це Вінницька, АР Крим, Херсонська, Миколаївська, а у 2012 р. і Запорізька області. Група В включає практично ті ж самі області: Запорізька, Чернівецька, Харківська, Хмельницька, Донецька, Одеська [5,6]. У 2013 – 2014р.р. пріоритетною областю, яка має конкурентні переваги над всіма має Львівська. В групі В залишаються ті ж самі області: Вінницька, Херсонська, Чернівецька, Запорізька, Дніпропетровська [7,8].

Результати проведення оцінки товарної політики підприємств областей залежать від самою структури товарного пропонування, цін на продукцію, ринків збуту. Іноді підприємства виробляють однакові обсяги плодів, однак сам продукт має різні якісні та конкурентні характеристики, і тим самим впливає на розмір доходу у грошовому виразі. Однак, кожна з областей відштовхується від тих базових продуктів, для яких є найбільш сприятливі умови вирощування, що в свою чергу забезпечує стабільні обсяги виробництва. Так, перелік продукції садівництва, яку можуть вирощувати області по номенклатурі товару представлена в таблиці 3.

Таблиця 3

Позиціювання продукції садівництва, враховуючи сприятливість природних умов

Продукти	Області, що мають найсприятливі природні умови
Яблука	Вінницька, Кримська, Закарпатська, Черкаська та Чернівецька області
Груші	зона Південного Степу Наддністрянщини
Сливи	Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька, Чернівецька області

Черешні	зона Південного Степу
Вишні	Луганська, Донецька, Придніпровська, Харківська області
Персики	Кримська, Одеська, Херсонська області
Абрикоси	південні області
Ягоди	західні, а також Київська, Чернігівська і Сумська області[1]

Таким чином бачимо, що асортимент продукції садівництва в агро виробництві за природно – кліматичних умов має свої зональні особливості. Це також підтверджується і структурою вирощування плодово – ягідних насаджень, представленою в таблиці 4 [2].

Таблиця 4

Структура плодкових насаджень підприємств областей які мають найбільші конкурентні позиції станом на 2014р.

(усі категорії господарств), %

Область	Всього валовий збір, тис.ц	в т.ч.				
		Зерняткові	кісточкові	горіхоплідні	Ягідні	виноградники
Львівська	990,3	72,3	17,7	4,3	5,6	0,1
Вінницька	2420,9	86,8	6,6	2,5	4,0	0,1
Херсонська	752,4	53,0	40,3	1,3	5,3	0,1
Чернівецька	1711,6	81,0	11,5	4,4	3,0	0,1
Запорізька	639,5	32,2	53,2	5,9	8,6	0,1
Дніпропетровська	1330,7	50,2	35,3	5,2	9,2	0,1

В таблиці 4 представлено області, які входять за результатами АВС аналізу в групу А та групу В. Згідно зі структурою насаджень Львівська, Вінницька та Чернігівська області в структурі мають в основному зерняткові насадження, а саме питома вага їх становить 72,3%, 86,8% та 81,0% відповідно. Херсонська область виділяє на зерняткові 53,0%, а на кісточкові 40,3%. Практично така ж сама ситуація і у Дніпропетровській області – 50,2% та 35,3%. Запорізька область більше спеціалізується на кісточкових – 53,2% [2]. І не зважаючи на те, що обсяги виробництва плодово – ягідної продукції у Львівщини не такі високі, їй все ж таки вдалось останні 2013 та 2014р.р утримуватись в групі А, тобто бути самою продуктивною галуззю садівництва в Україні.

Висновки. Таким чином можна зробити висновок, що розвиток галузі садівництва залежить не тільки від природних умов та особливостей

виращування тих чи інших насаджень на відповідних територіях. Більший вплив на результативність товарної політики оказує саме ведення бізнесу на ринку, позиціонування товару, обрання економічно вигідних ніш. І тому з невеликими обсягами товарного пропонування можна отримати значні доходи, що і показує Львівська область. Також з розвитком уподобань наших споживачів, ростом їх матеріального добробуту змінюється і структура продовольчого кошика. І як підкреслено в Програмі розвитку садівництва України на період до 2025 року «дослідження соціологів і дієтологів доводять, що за цих умов у структурі харчування зменшується частка споживання хліба, картоплі та цукру, й натомість збільшується частка плодів, ягід і овочів. Цим орієнтиром, поряд з доцільністю максимального використання наявного природно-економічного потенціалу для виробництва конкретних видів плодів і ягід й потрібно керуватися, обґрунтовуючи розвиток промислового садівництва на перспективу»[1]. Таку роботу слід проводити по підприємствах, областях та в цілому по Україні з урахуванням не тільки природно – кліматичних умов та структури товарного пропонування, а і з урахуванням способів ведення господарства, застосування інтенсивних технологій при виробництві та маркетингових підходів при пропонуванні продукції на ринок та кінцевому споживачеві, освоєння нових ринків збуту, а також підкреслення конкурентних переваг кожної товарної одиниці.

Список використаних джерел

1. Галузева Програма розвитку садівництва України на період до 2025 року [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://minagro.gov.ua/>.
2. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду в регіонах України за 2014 рік. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_zbur_2014.pdf

3. Метод ABC – анализа [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://statanaliz.info/metody/gruppirovka/28-metod-abc-analiza>.
4. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2010р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_oepvsg_10.pdf
5. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2011р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_oepvsg_11.pdf
6. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2012р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_oepvsg_12.pdf
7. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2013р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_oepvsg_13.pdf
8. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2014р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: http://agroua.net/files/economics/statistics/bl_oepvsg_10.pdf

И.В. Колокольчикова. Товарная политика предприятий отрасли садоводства Украины. В статье раскрыта суть маркетинговой товарной политики предприятия отрасли садоводства. Определено место садоводства в товарном производстве продукции сельского хозяйства Украины. Определены области, которые вносят наибольший вклад в суммарные результаты работы предприятий. Подчеркнута зависимость садоводства от природно – климатических условий региона. Дана оценка структуры

товарного предложения по отрасли в разрезе областей. Определена общая специализация областей производства плодово – ягодной продукции.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая товарная политика, промышленное садоводство, структура товарной продукции.

I.V. Kolokolchikova. Policy product for businesses for the industry in Ukraine.

Marketing product policy of companies in the industry of gardening always depends on the product and factors of influence. In the horticultural industry such factors are at the micro level and the macro level. The program of development of horticulture emphasizes the influence of the natural factors that affect firms ' specialization.

Ukraine has 5 climatic zones, where horticultural products are produced in different ways. Different is the composition of the products in the supply structure.

With the help of the method ABC - analysis the regions that produce gardening products more or less than others and take up their positions. The analysis was carried out for 5 years. All area divided into groups. As of 2014 the largest region in terms of income from the sale of the fruit is in Lviv region. Still have a strong position Vinnitsa, Kherson, Chernigov, Zaporozhye and Dnepropetrovsk region.

For each sector of horticulture product has a climate zone. It has been established for some areas which are favorable manufacturing products. For example, the stone is best done in the Steppe zone.

The analysis of the structure of fruit plantations in 2014. Designed proportion of pome fruits, stone fruits, berries and grapes in the production structure. Taken for analysis region that produce fruit more than others. They are in Group A and Group B.

The conclusion is drawn that the products of horticulture are very important, as consumers increasingly buy fruits and change their desires in favor of this product. Consumers understand the importance and need for such power.

Key words: marketing, marketing product policy, industrial gardening and the structure of commodity products.

Рецензент – д.е.н., професор Макаренко П.М.