

Таким чином, науково обґрунтоване визначення складових механізму залучення інвестицій та інновацій з метою активізації соціально-економічного розвитку села в довгостроковій перспективі та забезпечення його сталого розвитку дозволить отримати економічний, соціальний, іміджевий ефекти та посилення соціальних, технічних, економічних взаємозв'язків суб'єктів господарювання на національному, регіональному та місцевому рівнях.

Список використаних джерел:

1. Національна стратегія розвитку «Україна–2015» : [громадсько-політичне об'єднання «Український форум»]. – К. : Літера А, 2008. – 72 с.
2. Радченко О. Структура та форми бюджетної підтримки аграрного сектору України : [електронний ресурс] / Оксана Радченко // Економічний дискурс. – 2014. – Секція 4. Режим доступу: <http://sophus.at.ua/publ/2014>.
3. Шляхи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в українських містах / За загальною ред. О.І. Соскіна. – К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2008. – 64 с.
4. Яценко А.В. Формування інвестиційної політики зі стратегічних позицій розвитку України / А.В. Яценко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 8. – С. 12-16.
5. Варченко О.М. Складові економічного механізму сталого розвитку сільського господарства / О.М. Варченко, А.С. Даниленко // Економіка та управління АПК. – 2012. – Вип. 8(95). – С. 5-10.
6. Попова О.Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми / О.Л. Попова. – К. : НАН, Ін-т екон. та прогноз., 2009. – 352 с.

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

УДК 631.1.27:634

ПРИВАБЛИВІСТЬ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА УКРАЇНИ

Колокольчикова І. В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Визначено роль галузі садівництва в структурі сільськогосподарського виробництва України. Розкрито зміст категорії «привабливість сегменту». Встановлено критерії оцінки привабливості сегмента ринку. Проаналізовано ринкові фактори: розмір сегмента, темпи зростання, цінова чутливість, бар'єри входу й виходу із сегмента. Розглянуто канали реалізації продукції галузі. Проведено загальна оцінка привабливості галузі садівництва.

Ключові слова: ринок, привабливість ринку, сегмент, ринкові фактори розвитку, конкуренція

Постановка проблеми. Садівництво, як галузь сільського господарства, підвищує продуктивність і зміцнює економіку сільськогосподарських підприємств. Для розширення площ плодово-ягідних насаджень використовують малопродуктивні кам'янисті і піщані ґрунти, схили гір і балок, що дає змогу підвищити рівень використання сільськогосподарських угідь. У породному складі плодових насаджень переважають зерняткові (84,7 % загальної площі), кісточкові займають 12 %, ягідники 2,4 і горіхоплідні (горіх, ліщина) 0,9 % площі плодових насаджень. Найбільше господарське і промислове значення мають породи, більш стійкі до несприятливих кліматичних умов (яблуня, вишня, слива). Частка кісточкових порід і ягідників значно підвищується

ся у плодово-ягідних насадженнях зон, прилеглих до плодоконсервних заводів [4]. Україна - це аграрна країна, яка має сприятливі природно – кліматичні умови та відповідну інфраструктуру для розвитку садівничої галузі. Тому оцінка привабливості галузі є актуальною і сьогодні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій. В різний час вивченням питань ефективності виробництва та окремих його складових в нашій країні та за кордоном, займалися такі провідні вчені-економісти, як: 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. Питаннями розвитку промислового садівництва та привабливості ринку плодів в зоні степу приділяли увагу В.А.Рулєв, Д.Г. Легеза, Т.А. Маркіна та інш.

Постановка завдання. Основними завданнями є визначити ролі галузі садівництва в структурі сільськогосподарського виробництва України; розкрити зміст категорії «привабливість сегменту»; встановити критерії оцінки привабливості сегмента ринку; проаналізувати ринкові фактори привабливості сегменту ринку; розглянути канали реалізації продукції галузі; провести загальну оцінку привабливості галузі садівництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток будь якої галузі сільського господарства має власні характерні риси, динаміку показників та тенденції. Галузь садівництва це одна з привабливих галузей сільського господарств. Комплексний аналіз розвитку можна отримати лише завдяки аналізу відповідно маркетингової стратегії, обов'язковою складовою якої є оцінка привабливості сегмента. Ця категорія є складовою маркетингової стратегії охоплення ринку.

Для оцінювання привабливості сегмента використовують такі критерії [3]: ринкові фактори (розмір сегмента, темпи його зростання, цінова чутливість, бар'єри входу й виходу із сегмента); конкурентні фактори (характер конкуренції, можливість появи нових конкурентів, наявність сегментів, які поки що не обслуговуються конкурентами); політичні, соціальні фактори та проблеми захисту довкілля, які має враховувати фірма, орієнтуючись на задоволення потреб певного сегмента [4].

Основні характеристики ідеального сегмента можна описати як: високий рівень поточного збуту; високі темпи зростання; високі показники норми прибутку; помірна конкуренція.

На практиці таке поєднання сприятливих факторів майже нереальне: високі темпи зростання сегмента завжди супроводжуються зростанням конкуренції; наявність ринкових ніш створює можливості для фірм, а відсутність технології для виробництва товарів, що відповідають вимогам ніші, стримують використання цих можливостей при виході на ринок з відповідним товаром. Ці та інші суперечності потребують пошуку компромісних рішень [3].

Оцінюючі привабливість сегмента – ринок плодів, а саме ринковий фактор - розмір сегмента треба зазначити, що сьогодні багато областей України займаються виробництвом плодів та ягід. Згідно статистичних даних тенден-

ція обсягів виробництва цієї продукції представлена на рис. 1 та відображає наступне.



Рис. 1. Динаміка виробництва плодів та ягід в Україні та по окремих областях в динаміці за 5 років [8].

Загальна кількість вироблених плодів та ягід в Україні станом на 2014р. складає 1999тис.т. Цей показник дещо нижче двох попередніх років відповідно на 5,0% у 2012р. та 12,9% у 2013р. Найбільші обсяги виробництва цієї продукції спостерігаються у Вінницькій області (242тис.т. у 2014р.).

Якщо розглядати зону Степу, то показники розміру сегменту в цих областях дещо нижче, а саме по Запорізькій області станом на 2014р. обсяг виробництва плодів та ягід становив 64тис.т, по Херсонській області – 75тис.т відповідно. Характерною особливістю виробництва цієї продукції в областях Степу є те, що вони працюють практично однаково, так у 2010р. та 2013р. області вийшли на однакові показники: 2010р. – 59тис.т, 2013р. – 82тис.т. [8].

Запорізька область взагалі належить до групи інвестиційно – привабливих регіонів України. Привабливість інвестиційного клімату Запорізького регіону обумовлена рядом таких факторів: високий ступінь орієнтації економіки регіону на експорт, розвинена інфраструктура транспорту і зв'язку, розвинений агропромисловий комплекс, харчова й переробна промисловість [1].

Важливим є і те, що на території області діє Інститут зрошувального садівництва ім. М.Ф.Сидоренка НУААН (м. Мелітополь), який на постійній основі займається виведенням сортів яблук та інших насаджень, які мають високу продуктивність та стійкість до погодних умов. Основним завданням інституту є розробка технології вирощування інтенсивних насаджень зерняткових, кісточкових, ягідних культур та вирощування садивного матеріалу в плодкових розсадняках в умовах зрошення, створення технічних засобів зрошення.

Розглядаючи структуру продукції галузі рослинництва України за останні 5 років бачимо, що питома вага плодів, ягід та винограду в середньому становить 3,4%, табл. 1 [9].

Характерною особливістю виробничої діяльності в галузі садівництва є те, що ця галузь трудомістка, має певні особливості, і тому категорії господарств, які займаються цією діяльністю відрізняються. Практика показує, що великі підприємства займаються вирощуванням зернових та технічних культур, таких як зерно зернових культур та соняшник.

Таблиця 1

**Структура продукції галузі рослинництва України,
у постійних цінах 2010 року; %**

Продукція	2010	2011	2012	2013	2014
Продукція сільського господарства	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Продукція рослинництва	63,9	69,5	66,8	69,6	70,2
Зернові культури	21,4	25,9	22,1	26,5	26,8
Технічні культури	16,9	17,8	18,2	19,4	20,0
Картопля, овочі, баштанні культури	19,5	20,1	20,8	18,1	18,4
Плоди, ягоди та виноград	3,6	3,3	3,4	3,6	3,1
Кормові культури	2,1	2,0	1,9	1,7	1,7
Інша продукція	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2
Продукція тваринництва	36,1	30,5	33,2	30,4	29,8
Худоба та птиця	16,0	13,5	15,0	14,1	13,8
Молоко	14,6	12,1	12,9	11,5	11,3
Яйця	4,1	3,7	4,0	3,6	3,7
Вовна	0	0	0	0	0
Інша продукція	1,4	1,2	1,3	1,2	1,0

Невеликі підприємства беруть на себе більш трудомісткі та ризиковані виробництва і наряду з вирощування багаторічних насаджень, ягідників займаються вирощуванням овочів, картоплі тощо, табл. 2 [9].

Таблиця 2

Виробництво плодів та ягід за категоріями господарств, тис.т

Категорії господарств	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2014 до 2000, %
Сільськогосподарські підприємства	264	287	300	369	444	332	125,7
у т.ч. фермерські господарства	4	37	39	44	57	66	16,5р.
Господарства населення	1189	1460	1596	1640	1851	1667	140,2

Згідно даних табл. 2 видно, що серед представлених категорій господарств на протязі останніх 5 років та і в 2000р. спостерігаються однакові тенденції. Виробництвом плодів та ягід переважно займаються господарства населення. Так, станом на 2014р. цими господарствами зібрано 1667тис.т. продукції, тобто 83,4% від загального обсягу продукції по Україні. Сільськогосподарські підприємства, маючи частіше зернову спеціалізацію, виробляють продукцію садівництва лише у розмірі 332тис.т, а у 16,4% відповідно. Однак, якщо порівняти показники звітнього року з 2000р. то видно, що спостерігається

ся тенденція збільшення виробництва плодів та ягід фермерськими господарствами з 4тис.т у 2000р. до 66тис.т у 2014р.

Сьогодні господарства населення по суті є основними постачальниками плодово – ягідної продукції в Україні. Але це не говорить про те, що вони не виробляють і інші види продукції, однак садівництво займає пріоритетне місце, табл. 3.

Як бачимо з даних табл. 3 частка господарств населення у виробництві продукції садівництва на протязі останні 5 років перевищує 84,3%. Найбільша питома вага цього показника у 2013р. – 88,3% [9].

Бажання займатись відповідним видом діяльності визначається і привабливістю сегменту з точки зору показників ефективності. Одним з таких показників є ціни реалізації, рис. 2.

Таблиця 3

Частка господарств населення у виробництві продукції рослинництва, в т.ч. плодів, %

Продукція	2010	2011	2012	2013	2014
Продукція рослинництва	46,4	43,3	45,0	41,4	40,7
Зерно	24,2	22,1	21,9	21,2	21,9
Цукрові буряки	7,9	8,5	8,7	15,6	7,2
Соняшник	17,5	15,9	15,0	14,5	14,3
Картопля	97,4	96,9	96,7	97,0	96,8
Овочі	88,1	84,3	85,7	88,3	86,1
Плоди та ягоди	83,6	84,2	81,6	80,7	83,4
Виноград	36,3	35,4	35,8	33,2	44,7

Середньо реалізаційний рівень цін на продукцію галузі садівництва залежить від багатьох факторів, а саме від якості та кількості продукції, що реалізується; від часу та умов продажу; каналів збуту. В ринкових умовах дуже важливим аспектом є вибір каналу збуту продукції, оцінки показників його ефективності. Згідно статистичних даних найвищі показники середньо реалізаційної ціни по плодам та ягодам спостерігались у 2013р. і дорівнювали 3010,8грн./т. Найнижчим був показник 2009р. – 1892,4грн./ц відповідно [8].

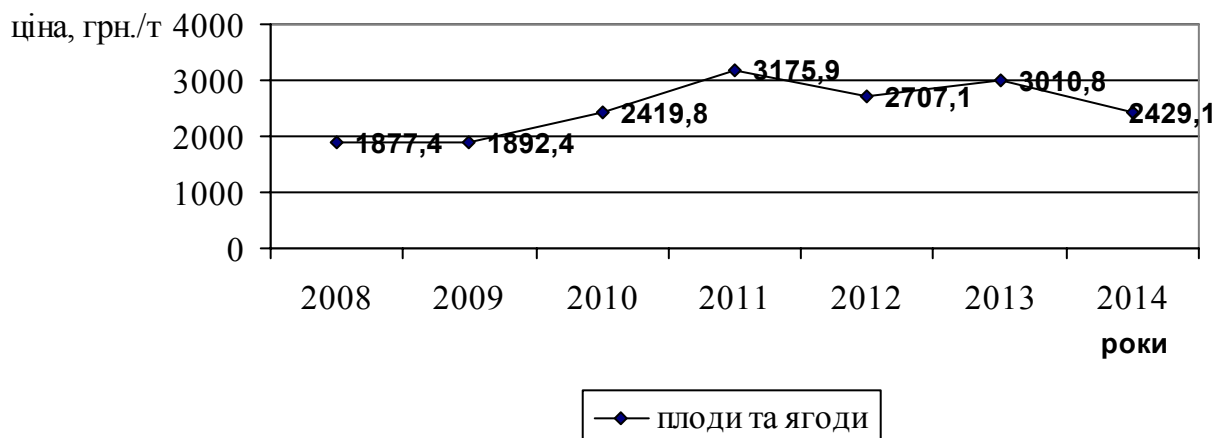


Рис. 2. Середні ціни реалізації плодів та ягід сільськогосподарських підприємств України [8]

Для продукції галузі садівництва найпоширенішими каналами збуту є: переробні підприємства, ринок, населення в рахунок оплати праці та пайовиками в рахунок орендної плати та інші канали. Найбільшу питому вагу складає канал – «переробним підприємствам», табл.4.

Таблиця 4

Структура реалізації плодів та ягід сільськогосподарськими підприємствами (% до загального обсягу реалізації)

Продукція	2010	2011	2012	2013	2014
Переробним підприємствам					
Плоди та ягоди	25,0	27,9	25,9	23,8	84,8
На ринку					
Плоди та ягоди	25,1	20,0	15,6	13,5	2,5
Населенню в рахунок оплати праці та пайовикам в рахунок орендної плати					
Плоди та ягоди	0,8	0,5	0,5	0,2	0,0
За іншими напрямками					
Плоди та ягоди	49,1	51,6	58,0	62,5	12,7

Однак, така тенденція спостерігається лише останній рік (2014). Інші роки бачимо зворотну тенденцію. Так, реалізація продукції переробним підприємствам з 2010р. по 2013р. мала наступний відсоток від загальних показників реалізації: 25,0%, 27,9%, 25,9%, 23,8%. І лише у 2014р. відбувся стрімкий ріс до 84,8%. Це відобразилось і на інших каналах збуту, тобто обсяги реалізації з більших показників перейшли до менших. Якщо у 2010р. на ринку реалізувалось 25,1% продукції, то вже у 2014р. показник знизився до 2,5%; по інших каналах аналогічно з 49,1% до 12,7% [9].

Ця тенденція обумовлюється наявністю жорсткої конкуренції на ринку плодів та впливу з боку великих підприємств та конкурентів – постачальників імпоротної продукції, які постачають продукцію галузі садівництва значно дешевше і мають більш конкурентоспроможні показники щодо товарних партій, зовнішнього вигляду та термінів зберігання. За останні роки імпорт плодів і ягід в Україну зріс більш як у 6,5 разів, а виробництво на експорт – у 4,6 рази. Серед найбільших країн-імпортерів фруктів за останні роки можна виділити Туреччину та Єгипет, Еквадор та Польщу (яблука та груші). Експорт продукції садівництва України також демонструє за останні роки тенденцію до зростання, проте значно меншими темпами [5].

Господарства населення є невеликими за розмірами, їм складно витримати конкурентну боротьбу, забезпечити ринок великим асортиментом продукції за відповідною ціною. Тому це і пояснює наявну тенденцією збільшення реалізації плодів та ягід за каналам збуту - переробним підприємствам. Це спрощує процес збуту продукції господарствами населення, однак значно впливає на рівень прибутковості галузі [2].

Висновки. Таким чином можна зробити висновок, що в Україні має всі ресурси та природні можливості щодо виробництва продукції садівництва та позиціонування на національному рівні і виходу з нею на міжнародні ринки.

Ця галузь приваблива як з боку внутрішнього ринку так і з боку зовнішніх споживачів. Основними виробниками плодів та ягід на сьогодні є невеликі підприємства, а саме господарства населення, які працюють в жорстких конкурентних умовах. Ці підприємства займаються виробництвом якісної продукції, однак за умов відсутності консолідованих дій на ринку плодів не утримують власні позиції та вимушені реалізовувати продукцію за невідповідними каналами, втрачаючи додаткові прибутки та не маючи можливість щодо більш швидкого впровадження інноваційних технологій.

Однак, в ринкових умовах, всім підприємствам потрібно враховувати вплив маркетингових факторів на макро та мікро рівні, проводячи ретельний аналіз середовища підприємства з метою - вибору привабливих ринків для ведення національної та міжнародної підприємницької діяльності. Тому що, як зазначає О.Пригара «глобалізація означає встановлення безпосереднього зв'язку національної економіки та світового господарства, їх глибокий взаємовплив, що означає необхідність ретельного врахування даних особливостей у розгляді можливостей проникнення підприємств на міжнародні ринки. За таких умов для проникнення підприємств на міжнародні ринки особливої актуальності набувають питання оцінювання їх привабливості, яке вимагає врахування особливостей міжнародного середовища підприємництва» [6].

Список використаних джерел:

1. Аналіз забезпечення сільськогосподарських підприємств Запорізької області кредитними ресурсами. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://enciklopedya.ru/>.
2. Бурляй О. Л., Кутковецька Т.О.Перспективи розвитку галузі садівництва в умовах євроінтеграції України. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://econjournal.vsau.org/files/>.
3. Бутенко Н.В. Основи маркетингу. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док. : <http://buklib.net/books/>.
4. Волощук Ю.О., Методичні основи оцінки ефективності виробництва продукції садівництва. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <file:///C:/Users/User/Desktop/>.
5. Експорт української агропродовольчої продукції до Європейського Союзу в умовах глибокої та всеосяжної зони вільної торгівлі. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://apd-ukraine.de/images/APD>.
6. О.Пригара. Методика аналізу привабливості міжнародних товарних ринків в умовах глобалізації світогосподарських процесів. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://ierjournal.com/journals/4/2006>.
7. Старостина А. А. Маркетинговые исследования. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. — с.12.
8. Статистичний щорічник України за 2014р. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/>.
9. Україна у цифрах у 2014 році. Статистичний збірник. [Електронний ресурс] / Режим доступу до док.: <http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/>.

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