

Нині Україна в рейтингу індексу глобальної конкурентоспроможності займає 79 позицію [3]. Цей індекс формують більше 100 змінних, які становлять три основні групи субіндексів: «Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності», «Інновації та фактори вдосконалення». Динаміка зміни позиції України має такий вигляд:

- 2012—2013 рр. (із 144 країн) — 73 місце,
- 2013—2014 рр. (із 148 країн) — 84 місце,
- 2014—2015 рр. (із 144 країн) — 76 місце,
- 2015—2016 рр. (із 140 країн) — 79 місце.

Причиною такого становища є, практично, відсутність належних умов для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Основними перешкодами є фактори фінансового, політичного, правового, організаційного характеру, які постають на шляху здійснення безперервного та ефективного го інноваційного розвитку підприємств.

Для вирішення існуючих проблем і забезпечення успішної реалізації інновацій на вітчизняних підприємствах необхідно здійснити [2, с. 168]:

- упорядкування та вдосконалення законодавства України, що регламентує діяльність інноваційного підприємництва та адаптацію нормативно-правової бази інноваційної діяльності до принципів і норм Європейського Союзу;
- формування та розвиток діяльності системи виробничо-технологічного забезпечення, сертифікації і просування розробок;
- сприяння відновленню функціонування патентних підрозділів на підприємствах державної форми власності;
- ефективний розвиток і використання власного науково-технічного потенціалу;
- оптимальне поєднання інтересів розробників, виробників продукції та інвесторів, визнання об'єктів інтелектуальної власності джерелом доходів.
- підвищення оплати праці працівників освіти і науки;
- створення нових підрозділів з питань охорони інтелектуальної власності та удосконалення і спрощення процедури експертизи та реєстрації інноваційних структур і їх проектів.

Отже, на сучасному етапі розвитку України важливим є аналіз діяльності вітчизняних підприємств із метою виявлення внутрішнього потенціалу розвитку, можливостей і шляхів застосування інновацій, а саме зменшення обсягу неусувного виробничого браку, підвищення продуктивності устаткування на основі його модернізації та впровадження розробок науково-технічного прогресу, пошук шляхів прискорення оборотності оборотного капіталу, оптимізація витрат виробництва. Інноваційні процеси забезпечать успішну діяльність підприємств України, що, у свою чергу, сприятиме економічному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності підприємств і добробуту громадян, здійсненню державою ефективної соціальної політики, наближенню її до європейських стандартів.

Література

1. Арутюнян С.С. Інноваційна складова нової моделі економічного розвитку України у посткризовий період / С.С. Арутюнян, Р.Р. Арутюнян // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — № 691. — С. 253—257
2. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2008. — № 628. — С. 29—35.
3. Богма О.С., Болдуєва О.В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки // Вісник Запорізького національного університету. — №3 (7). — 2010. — С. 166—170.
4. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/
5. Проект «Стратегії інноваційного розвитку України на 2010—2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=48722>.

Штирхун Христина Ігорівна,
аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Чернігівського національного технологічного університету
khrystyna.shtyrkhun@gmail.com

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ

ANALYSIS OF DEVELOPMENT OF THE ORGANIC MARKET IN UKRAINE

Анотація. Проведено SWOT-аналіз, за допомогою якого виявлено сильні та слабкі сторони розвитку ринку органічної продукції в Україні, його потенційні можливості та загрози. Визначено український органічний ринок як привабливий об'єкт інвестування.

Аннотация. Проведен SWOT-анализ, с помощью которого выявлены сильные и слабые стороны развития рынка органической продукции в Украине, его потенциальные возможности и угрозы. Определено украинский органический рынок как привлекательный объект инвестирования.

Abstract. A SWOT-analysis, which revealed the strengths and weaknesses, potential opportunities and threats of development of the market of organic products in Ukraine, is carried out. It is defined that the Ukrainian organic market is an attractive object of investment.

Належна ресурсна база та природнокліматичні умови України створюють сприятливі умови для виробництва вітчизняної органічної продукції. Даний напрямок за наявності дефіциту якісної харчової продукції у світі є надзвичайно перспективним та інвестиційно привабливим для аграрного бізнесу, адже рентабельність виробництва органічної продукції є на 30—40 % вищою, ніж при виробництві продукції традиційним методом [2].

Досвід розвинутих країн вказує на те, що органічна продукція все більше користується попитом і є всі передумови для нарощування обсягів її виробництва. Проте, в Україні даний напрям є новим, а продукція сприймається як інноваційна і виробниками, і населенням. Це підтверджується значною різницею у ціні на органічну продукцію в Україні та країнах, де органічна продукція користується великим попитом. Наприклад, у країнах ЄС ціна на органічну продукцію дорожча лише на 20—30 % від звичайної, у той час як в Україні таке перевищення може складати до 7 разів на окремі види продукції. Причинами такої ситуації є значні для виробників витрати на продукцію, у тому числі витрати на сертифікацію, неналагодженість каналів збуту продукції, обмежений асортимент вітчизняної органічної продукції тощо.

Для повнішого аналізу ринку органічної продукції в Україні проведемо SWOT-аналіз, за допомогою якого можна визначити сильні та слабкі сторони розвитку ринку органічної продукції, його можливості та загрози. На основі SWOT-аналізу визначаються перспективи розвитку органічного ринку та розробляються стратегії щодо підвищення ефективності його функціонування.

Сильні сторони — відображають передумови розвитку та фактичні досягнення у сфері виробництва органічної продукції в Україні. До них належать:

1) сприятливі природнокліматичні умови, наявність значних сільськогосподарських площ, вигідне географічне положення України, близькість до ЄС, розвинена транспортна інфраструктура, наявність міжнародних залізничних та автошляхів;

2) наявність спеціалізованих науково-дослідних і селекційних установ;

3) конвенційне сільське господарство стає все менш привабливим, що пов'язано з ростом цін на енергоносії, імпорتنі хімічні засоби захисту і добрива, насіння тощо. Як наслідок, завдяки виробництву органічної продукції відбувається зниження імпортозалежності країни;

4) органічна продукція користується високим стійким попитом у іноземних споживачів у всьому світі. У 2014 році експорт органічної продукції в Україні склав 70 млн євро, що вдвічі більше ніж у 2013 році (36 млн євро). За 2012—2015 роки експорт органічної продукції збільшився у 4 рази;

5) поступове зростання інтересу населення та представників органів влади України до органічної продукції на внутрішньому ринку;

6) поступове підвищення рівня обізнаності щодо переваг органічної продукції та особливостей її виробництва завдяки високій мотивації українських експортерів, підтримці міжнародних проектів і координації з боку ключових учасників органічного сектору, проведення ярмарків, конференцій, семінарів з органічного виробництва;

7) зростання асортименту продукції вітчизняного виробництва;

8) органічне сільське господарство є одним із пріоритетів національного розвитку України в 2015—2020 роках;

9) наявність професійного органу сертифікації, який визнаний ЄС.

Можливості — відображають перспективи розвитку органічного виробництва в Україні. До них належать:

1) розширення ринків збуту продукції та збільшення експорту якісної органічної продукції з України;

2) розвиток сільських територій і забезпечення гідного рівня життя сільського населення, створення додаткових робочих місць у сільській місцевості та нових перспектив для малих фермерських господарств і життєздатності сільських громад, зменшення міграції сільського населення до мегаполісів;

3) підвищення споживчого попиту на органічну продукцію на внутрішньому ринку;

4) розширення асортименту сільськогосподарської продукції;

5) здатність до інтеграційних об'єднань, поглиблення зв'язків науки і виробництва, поступовий розвиток переробки органічної продукції;

6) зростання інвестиційної привабливості аграрного сектора економіки та перспективи залучення інвестиційних ресурсів для інноваційного розвитку аграрних підприємств;

7) перспективи реформування аграрного сектору;

8) забезпечення населення якісною продукцією за доступними цінами;

9) підвищення ефективності та прибутковості сільськогосподарського виробництва.

Таким чином, сильні сторони та можливості органічного ринку вказують на сприятливі умови для розвитку органічного сектору в Україні, проте існують також перешкоди та потенційні загрози.

Слабкі сторони — відображають фактори, які стримують розвиток ринку органічної продукції. До них належать:

1) неімплементоване та негармонізоване з нормами ЄС органічне законодавство України [1, с. 40];

2) високі ціни на сертифіковану органічну продукцію, внаслідок чого в Україні існує низький платоспроможний попит на продукцію;

3) відсутність офіційної державної статистики щодо результатів функціонування та розвитку органічного сільськогосподарського виробництва;

4) обмеженість товарного асортименту вітчизняної органічної продукції;

5) скандали, які пов'язані із шахрайством на міжнародному ринку з експортною українською органічною продукцією;

6) низький рівень обізнаності населення щодо переваг, особливостей виробництва органічної продукції та місця її продажу;

7) відсутність державної підтримки у сфері освіти, науки та консультацій обумовлює низький рівень розробок української аграрної науки, недостатність знань і досвіду сільгоспвиробників щодо виробництва та просування органічної продукції [3, с. 48];

8) недосконале інституційне забезпечення та низький розвиток інфраструктури ринку органічної продукції;

9) дефіцит фінансових ресурсів призводить до інноваційної пасивності більшості виробників та управлінських структур.

Загрози — відображають можливі ризики, які можуть виникнути у країні, а також фактори, що можуть перешкоджати розвитку органічного виробництва. До них належать:

1) економічна і політична нестабільність у країні;

2) недосконалість законодавства у сфері органічного виробництва;

3) відсутність чесної конкуренції та можливість шахрайства;

4) неспроможність аграрними підприємствами займатися органічним виробництвом та впроваджувати інноваційні технології через нестачу фінансових ресурсів;

5) неможливість залучити інвестиційні ресурси у достатніх обсягах, обмеженість кредитування через високі кредитні ставки;

6) посилення конкуренції з іноземними виробниками через значний тиск на внутрішній ринок з боку імпортерів, втрата ринків збуту продукції;

7) деформована структура попиту і пропозиції через низьку купівельну спроможність населення;

8) уповільнення темпу зростання ринку через зниження рівня життя населення та демографічну і соціальну кризу сільських територій;

9) форс-мажорні обставини (стихійні лиха, спека, неврожаї).

Таким чином, сучасний стан і перспективи розвитку ринку органічної продукції свідчать про те, що в Україні існує достатньо сприятливих умов для того, щоб підвищити конкурентоспроможність нашої країни на світових ринках і зробити її лідером з виробництва органічної продукції, проте існують також ряд перешкод і ризиків. На нашу думку, серед визначених факторів, що перешкоджають розвитку органічного виробництва в Україні та на які треба реагувати у першу чергу, є:

1) високі ціни на сертифіковану органічну продукцію у поєднанні з низькою купівельною спроможністю населення;

2) низький рівень обізнаності населення та виробників України про особливості органічного землеробства та важливість споживання органічної продукції;

3) дефіцит фінансових ресурсів, відсутність фінансової підтримки з боку держави;

4) неупорядкованість законодавства та державних органів влади у сфері регулювання ринку органічної продукції.

Вирішення даних проблем є нагальною необхідністю, яка потребує розробки концептуального підходу до організаційно-економічного механізму розвитку ринку органічної продукції в Україні.

Література

1. Михайленко О.Г. Розвиток органічного сільського господарства в системі євроінтеграційних процесів в Україні / О.Г. Михайленко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». — Херсон, 2014. — Вип. 6. — Ч. 3. — С. 40—45.

2. Рентабельність виробництва органічної продукції на 30-40 % вище, ніж у звичайного сільгосппідприємства — експерт [Електронний ресурс] // БІЗНЕС — новини України. — Режим доступу : <http://business-biz.com>.

3. Тютюнник Г. Основи розвитку національного ринку органічного землеробства в Україні / Ганна Тютюнник // Галицький економічний вісник — Тернопіль : ТНТУ, 2014. — Том 46. — № 3. — С. 46—52.

Солов'янчик Альона,
аспірантка, КНЕУ імені Вадима Гетьмана,
aljona_solo@ukr.net

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

INNOVATION COMPONENT OF STRATEGIC MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF THE TOURISM ENTERPRISES

Анотація. У доповіді доведено актуальність введення інноваційного погляду в систему управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств. Розглянуто основні тенденції світового ринку та наведені інновації, які стануть актуальними для ринку туризму.

Аннотация. В докладе доказана актуальность введения инновационной составляющей в систему управления конкурентоспособностью туристических предприятий. Рассмотрены основные тенденции мирового рынка и приведены инновации, которые станут актуальными для рынка туризма.

Abstract. In the report discussed the need to introduce innovative in terms of management of competitiveness of tourism enterprises. The main trends of the world market. The paper describes the innovations that will be relevant to the tourism market.

У сучасному світі, коли активно розвиваються технології, існує широкий доступ до інформації, дуже важливу роль відіграють інновації. Тому інноваційна складова в системі управління має бути присутня в кожній сфері, якщо підприємство хоче бути конкурентним на цьому ринку.

Розглядаючи ринок туристичних послуг, важливі відмітити, що розвиток прикладних інформаційних технологій, у тому числі засобів, доступних завдяки мережі Інтернет, має синергетичний ефект у формуванні ринку туристичних послуг. За даними роботи [1], від 50 до 90 % туристів у країнах Європи користуються Інтернетом для пошуку інформації, бронювання або поширення власного досвіду про подорож. При цьому 10 % туристів використовують для доступу у Всесвітню мережу виключно мобільні пристрої — в основному смартфони і комунікатори (75 %), 25 % припадає на частку планшетних комп'ютерів. Загалом до 70 % туристичних послуг бронюється через Інтернет, а 17 % сайтів готелів мають мобільні версії. У середньому в процесі планування подорожі турист відвідує 9 сайтів і витрачає 1 годину 43 хвилини перед прийняттям рішення про бронювання. Ці цифри говорять тільки про те, що, розробляючи власну стратегію управління, підприємство зобов'язане змінювати власну бізнес-модель діяльності, враховувати сучасні тенденції ринку.

Проблему управління інноваційним розвитком підприємств досліджувало багато закордонних і вітчизняних науковців, варто відзначити: І. Ансоффа, П. Друкер М., Портера, К. Фрімена, Й. Шумпетера, І. Роджерса, Ф. Ніксона, Дж. Стрікланда та А. Томпсона, У. Чан Ким та Р. Моборн, В. Аньшіна, Р. Фатхутдінова та інших. Значний внесок у розробку проблеми управління стратегічним та інноваційним розвитком підприємств зробили й вітчизняні науковці: Л. Антонюк, В. Василенко, А. Грінюв, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, О. Кузьмін, І. Павленко, Н. Гончарова та Г. Швиденко, В. Чубай, З. Шершньова та інші.

Забезпечення конкурентоспроможності — це філософія управління всією системою в умовах ринкових відносин, що повинна бути орієнтована на вирішення наступних задач: дослідження потреб споживачів і їх розвиток, оцінку поведінки та можливостей конкурентів, дослідження розвитку ринку, дослідження середовища, виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента [2]. Процес управління конкурентоспроможністю підприємства обов'язково включає такі основні