

**ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НОРМ І СТАНДАРТІВ ЄС В
АГРОПРОМИСЛОВУ СФЕРУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ
ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ МІЖНАРОДНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Сучасна економічна дійсність характеризується посиленням соціально-економічних відносин між країнами. Це відображається в глобалізації світової економіки та посиленні інтеграційних процесів між країнами різних регіонів. Інтеграційні економічні об'єднання є рушійною силою для розвитку торгових міжнародних відносин, підвищення якості продукції, технічного оснащення виробників та як наслідок покращення якості життя мешканців країн-учасників та країн-партнерів. Найбільш впливовим у нашому регіоні об'єднанням є Європейський союз. Саме тому Україна прагне стати його партнером, а згодом і повноцінним членом. Проте для досягнення поставленої мети, а також для того щоб зайняти вигідну конкурентну позицію на ринку ЄС, продукція українських виробників має відповідати міжнародним та європейським нормам. З цією метою уряд розробив концепцію імплементації системи стандартів ЄС в економіку України, при цьому зосередивши увагу на агропромисловій сфері, як на одній з найбільш перспективних.

Проте для того, щоб досягти відповідності високому рівню вимог європейських споживачів, агропромисловій сфері української економіки необхідно пройти через комплексні економічні перетворення, а також запровадити зміни у галузі економіки, права, екології, науки та техніки. Підтримати та примножити досягнення у цих напрямках розвитку АПК може просування вітчизняних виробників на міжнародному ринку. Варто зазначити, що дуже важливим є вибір інструменту аналізу і просування продукції агропромислового підприємства, який враховував би особливості цієї галузі економіки. Одним із таких інструментів є маркетинговий аудит.

Ключові слова: імплементація, стандарти, агропромисловий комплекс, аграрна політика, сталий розвиток, маркетинг, маркетинговий аудит

Андреева Наталья, Зинковская Дарья

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ НОРМ И СТАНДАРТОВ ЕС В АГРОПРОМЫШЛЕННУЮ СФЕРУ УКРАИНЫ В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Современная экономическая действительность характеризуется усилением социально-экономических отношений между странами. Это отражается в глобализации мировой экономики и усилении интеграционных процессов между странами различных регионов. Интеграционные экономические объединения является движущей силой для развития торговых международных отношений, повышения качества продукции, технического оснащения производителей и как следствие улучшение качества жизни жителей стран-участниц и стран-партнеров. Наиболее влиятельным в нашем регионе объединением является Европейский союз. Именно поэтому Украина стремится стать его партнером, а впоследствии и полноценным членом. Однако для достижения поставленной цели, а также для того, чтобы занять выгодную конкурентную позицию на рынке ЕС, продукция украинских производителей должна соответствовать международным и европейским нормам. С этой целью правительство разработало концепцию имплементации системы стандартов ЕС в экономику Украины, при этом сосредоточив внимание на агропромышленной сфере, как на одной из наиболее перспективных.

Однако для того, чтобы достичь соответствия высокому уровню требований европейских потребителей, агропромышленной сфере украинской экономики необходимо пройти через комплексные экономические преобразования, а также ввести изменения в области экономики, права, экологии, науки и техники. Поддержать и приумножить достижения в этих областях развития АПК может продвижение отечественных производителей на международном

рынке. Следует отметить, что очень важным является выбор инструмента анализа и продвижения агропромышленного предприятия, учитывающий особенности этой отрасли экономики. Одним из таких инструментов является маркетинговый аудит.

Ключевые слова: имплементация, стандарты, агропромышленный комплекс, аграрная политика, устойчивое развитие, маркетинг, маркетинговый аудит.

Andryeyeva Natalya, Zinkovska Daria

IMPLEMENTING THE EU NORMS AND STANDARDS IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY UKRAINE IN THE INCREASE ITS INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

Current economic reality characterized by increasing social and economic relations between the countries. This is reflected in the globalization of the world economy and strengthening integration processes between countries of different regions. Integration economic union is the driving force for the development of international trade relations, improve product quality, technical equipment manufacturers and consequently improve the quality of life of the inhabitants of the participating countries and partner countries. The most influential associations in our region is the European Union. That is why Ukraine seeks to become a partner, and later a full member of it. However, Ukrainian producers must meet international and European standards to achieve this goal and to occupy a favorable competitive position in the EU market. The Government developed the concept of the implementation of the EU standards in Ukraine's economy and focus on agriculture as one of the most promising industries.

Ukrainian agro-industrial sector of the economy must go through comprehensive economic transformation and to introduce changes in law, environment, science and technology to achieve a high level of compliance with the requirements of European consumers. To support and increase achievement in these areas of agribusiness may promote domestic producers in the international market. However, it is important to select the tool of analysis and promotion of agro-industrial enterprises, which would consider the peculiarities of this sector of the economy. One such tool is a marketing audit.

Keywords: implementation, standards, agriculture, agricultural policy, sustainable development, marketing, marketing audit.

Постановка проблеми. Сучасний світ характеризується збільшенням ролі міжнародних соціально-економічних і політичних зв'язків між державами, що призводить до утворення інтеграційних об'єднань. Вони грають велику роль в економічному розвитку країн, а також у процесі світової торгівлі. Одним із найбільш впливових об'єднань є Європейський союз. Прагнення України стати повноцінним членом Європейського Союзу закріплено Указом Президента України від 12 січня 2015 року №5/2015 «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020» та Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 року №385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» [1]. В Програмі діяльності Кабінету Міністрів України йдеться про необхідність міжнародної інтеграції вітчизняної економіки.

Одним із пріоритетних напрямків у програмах розвитку уряду вважається агропромислова сфера. Міністерство аграрної політики відмічає, що конкурентні позиції вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках не є стабільними внаслідок незавершеності процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, значних коливань цін на світовому ринку, нестійкості торговельних відносин з країнами-імпортерами [2]. Програма, що розроблена для вирішення перерахованих вище проблем, містить перелік заходів із забезпечення продовольчої безпеки, розвитку земельних відносин; змін у фінансово-кредитній та податковій політиці, регуляторній політиці в аграрному секторі, удосконалення технічного регулювання; організації та регулювання ринків; підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції; впровадження системи раціонального використання природних ресурсів, залучених до господарського процесу в аграрному секторі. Особливого значення у цьому контексті набуває використання нових доробок у сфері маркетингу, який є сучасним механізмом дослідження світових ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем сталого розвитку агропромислової сфери відтворено у працях кола українських вчених, а саме Борисової В.А., Буркинського Б.В.,

Гейця В., Голяна В.А., Галушкіної Т.П., Грабак Н.Х. [3], Купінець Л.Є.[4], Немченко В.В., Мішеніна Є.В.[5], Нікітіної З.В.[6], Павлова О.І. [7], Хвесица М.А.[7], Прокопенко О.В., Синякевича І.М., Фурдичко О.І.[8, с.8], Царенко О.М. [9] та інших науковців.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.

Дослідженням проблеми імплементації європейських норм і стандартів в агропромислову сферу економіки України займалось багато вітчизняних авторів. Ними було розглянуто в основному питання сталого розвитку агропромислового комплексу, однак недостатню увагу приділялось ринковим економічним перетворенням. Мало висвітленим є питання просування продукції вітчизняних товаровиробників на світовий ринок, практично не розглядаються сучасні маркетингові інструменти, за допомогою яких планується виконання цього завдання.

Формування цілей статті. Головною метою даного дослідження є визначення стратегічних пріоритетів щодо підвищення конкурентоспроможності агропромислової сфери на підґрунті впровадження механізму маркетингового аудиту в контексті сталого розвитку України та імплементації норм, стандартів ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі розвитку набули процеси глобалізації, інтеграції, інформатизації та екологізації. Вони обумовлюють посилення конкуренції між виробниками різних країн. Саме тому, однією з найважливіших проблем кожної держави є забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності своїх товарів і послуг на міжнародному ринку. Протягом останніх років Україна активно розвиває свою діяльність у напрямі поглиблення економічного співробітництва з Європейським Союзом (ЄС). Функціонування аграрного сектору ЄС та його реформування ще з 1960-х років ґрунтується на успішній реалізації цілей і завдань Спільної аграрної політики (САП) ЄС, що зумовило суттєві зміни його економічного стану й соціальної структури, посилення технологічної складової, збереження навколишнього середовища, підвищення якості продуктів харчування та конкурентоспроможності галузі на світовому ринку.

Дослідження основних векторів аграрної політики Європейського Союзу й можливостей їх застосування в Україні з урахуванням особливостей розвитку вітчизняного аграрного сектору

сприятимуть, на наш погляд, розв'язанню комплексу теоретичних і практичних проблем регулювання агропромислової сфери України. У вітчизняній політиці у агропромисловій сфері вже на даному етапі багато рішень ґрунтується на досвіді ЄС. Дуже важливо в цьому контексті, що аграрна політика України враховувала процеси змін, що відбуваються в міжнародному масштабі й особливо еволюційні та структурні зміни Спільної аграрної політики (САП) ЄС після 2013 року з спрямуванням її на визначення і формування рамкових умов для розвитку вітчизняного агропромислового сектору, який матиме майбутнє та буде конкурентоспроможним. Першочерговим перспективним напрямом розвитку агропромислового сектору України стосовно європейського ринку має бути досягнення гармонізації діючих національних стандартів сільськогосподарської продукції з європейськими та світовими вимогами. Європейський ринок вимагатиме від сільгоспвиробників здійснення заходів, які забезпечать якість і безпечність продукції.

Зазначимо, що основним показником, який вказує на економічний успіх держави на міжнародному ринку є обсяг імпорту і експорту. Нами були проаналізовані дані щодо зовнішньої торгівлі України за аналогічні періоди з 2006 по 2015 роки (рис.1).

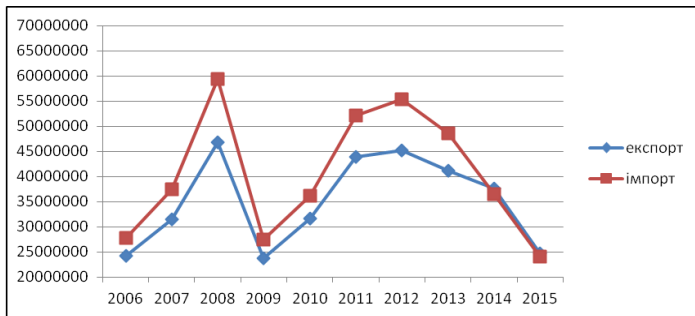


Рис. 1 Обсяг імпорту і експорту України за 2006-2015 р.р., тис. дол. США (розроблено авторами на основі [10])

З рисунку видно, що зовнішня торгівля України переживала як піднесення так і спади, пов'язані з економічними і політичними кризами в країні. Показники імпорту і експорту у 2015 році

встановилися на рівні 2006 року. Це можна пояснити тим, що вектор зовнішньої торгівлі України змістився із країн СНД до країн Європейського союзу. Така переорієнтація викликає і необхідність відповідати в першу чергу стандартам і вимогам ЄС задля забезпечення конкурентоспроможності продукції на цьому ринку.

Однією з найбільш перспективних галузей української економіки на сьогоднішній день є агропромисловий комплекс. Про це свідчить зміна частки продукції АПК в обсязі зовнішньої торгівлі (рис. 2 та рис. 3)

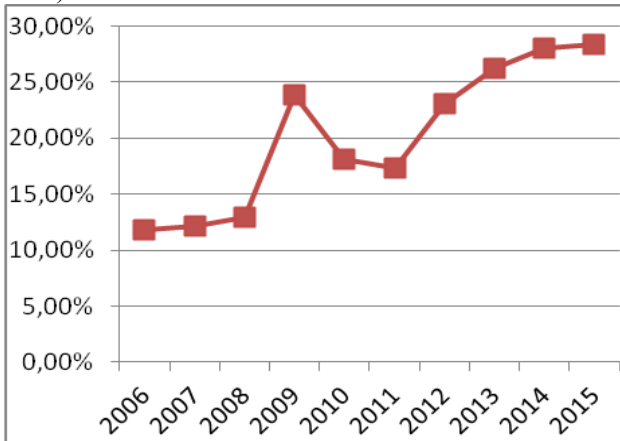


Рис. 2 Частка продукції АПК в експорті, %

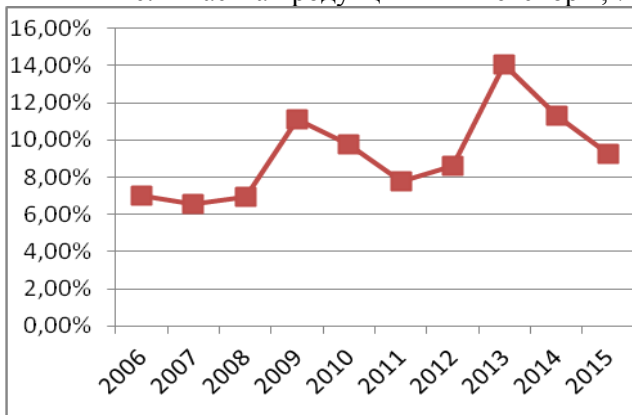


Рис. 3 Частка продукції АПК в імпорті, %
(розроблено авторами на основі [10])

З рисунків видно, що частка експорту продукції агропромислового комплексу за останні роки зросла майже до 30%, в той час як імпорт цієї групи товарів має тенденцію до зниження. Це говорить про те, що продукція галузі є перспективною як для внутрішнього, так і для зовнішнього ринку. Однак для забезпечення стабільного конкурентного положення на ринку країн Європейського союзу необхідно розвивати агропромислову сферу відповідно до стандартів і норм, прийнятих у цих державах. Саме з цією метою Міністерством аграрної політики та продовольства України була розроблена «Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки».

Стратегія та план дій окреслюють, яким чином реформи будуть розроблені та впроваджені в розрізі десяти головних стратегічних пріоритетів:

- діловий клімат і протидія корупції, створення стабільної правової системи, що відповідає міжнародним і європейським стандартам, зокрема шляхом виконання угоди про асоціацію між Україною та ЄС;

- земельна реформа;

- інституціональна реформа Міністерства аграрної політики та продовольства і пов'язаних державних агенцій та державних підприємств;

- продовольча безпека;

- оподаткування;

- розвиток агропродовольчих ланцюгів доданої вартості;

- сільський розвиток – відродження українського села;

- доступ до міжнародних ринків, управління імпортом, просування експорту та внутрішній ринок;

- аграрна наука, освіта, інновації та дорадчі послуги;

- захист довкілля та управління природними ресурсами [2].

В результаті аналізу стратегічних напрямків розвитку агропромислового комплексу України можна зробити висновок, що для забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку європейських країн необхідною є імплементація стандартів, норм і принципів господарювання, прийнятих Європейському союзу. Цей процес ми пропонуємо засновувати на принципах, запропонованих на рисунку 4.

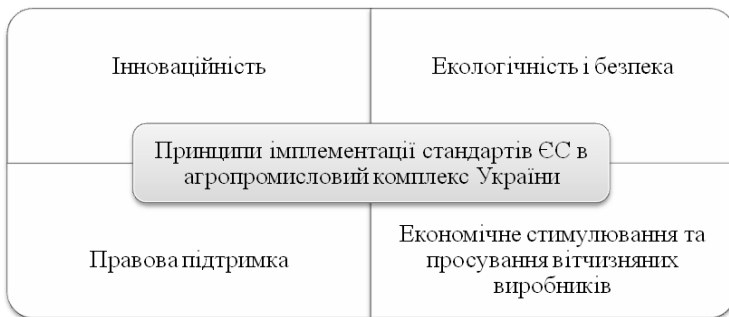


Рис. 4. Принципи імплементації стандартів ЄС в агропромисловий комплекс України

Інноваційність – передбачає функціонування підприємств АПК на основі наукових розробок, розвиток наукових підприємств, які займатимуться цими розробками, а також впровадження освітніх програм і курсів для аграріїв. Екологічність та безпека – продукція підприємств АПК має відповідати міжнародним екологічним та продовольчим стандартам, що забезпечить її безпеку для споживача та навколишнього середовища. Окрім того, виробництво продукції має засновуватися на аналогічних стандартах. Заохочується проходження виробниками сертифікації із залученням незалежних експертів. Правова підтримка – законодавче забезпечення оновлених стандартів, розробка нормативно-правових актів для сприяння розвитку малого і середнього бізнесу в агропромисловій сфері, земельна та інституціональна реформи. Економічне стимулювання та просування продукції вітчизняних виробників. Створення сприятливих економічних умов для розвитку агропромислової сфери, а саме податкові пільги, розвиток ланцюгів доданої вартості і т.д. Також необхідно полегшити вітчизняним виробникам процедуру виходу на міжнародний ринок, заохочувати їх до цього, сприяти просуванню продукції українських підприємств на зовнішньому і внутрішньому ринку.

Агропромисловий сектор України має достатньо передумов для успішного входження в євроінтеграційний простір: значний природно-ресурсний, науково-освітній та експортний потенціал, вагомий людський капітал, багатотисячолітні традиції ведення сільського господарства, поступово зростаючу інвестиційну привабливість.

Надзвичайно важливим є визначення ймовірності викликів, які несуть у собі процеси європейської інтеграції для вітчизняного аграрного сектору економіки. Насамперед слід врахувати наявність ряду внутрішніх обставин, що негативно впливають на рівень готовності вітчизняного аграрного сектору економіки для умов європейської інтеграції. Це, зокрема, недосконалість механізмів державного регулювання й непослідовність підтримки аграрного сектору, низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної агропродовольчої продукції, сукупні обсяги торговельно-економічних взаємовідносин України з країнами ЄС ґрунтується в основному на експорті мінеральних ресурсів і сільськогосподарської сировини.

Вітчизняні сільськогосподарські підприємства внаслідок низької платоспроможності мають обмежені можливості щодо закупівлі сучасного обладнання й устаткування, що зумовлює їхню технологічну відсталість. Вони спеціалізуються переважно на виробництві та експорті рентабельних олійних культур, таких як соняшник, ріпак, соя без дотримання науково обґрунтованої сівозміни, порушуючи при цьому культуру землеробства. Протягом останніх років у нашій країні не відбулося трансформаційних перетворень, що здійснювалися в країнах Центральної Східної Європи (ЦСЕ), які приєдналися до ЄС у складі останньої хвилі розширення. До загроз у межах продуктивних сил слід віднести надзвичайно високий ступінь фізичної (понад 70%) і моральної зношеності (понад 95%) основних фондів сільськогосподарських підприємств, значну виснаженість сільськогосподарських угідь, катастрофічно низький рівень трансферу технологій, відсутність у значній частині підприємств навіть простого відтворення основних фондів, суттєвий відплив за кордон кадрів найвищої кваліфікації.

Аналіз проблем сільськогосподарського природокористування в Україні в ринкових умовах господарювання свідчить про необхідність зміни застарілої економічної концепції на прогресивніше стале використання природно-ресурсного потенціалу агропромислової сфери, що передбачає отримання максимальних результатів агропромислової діяльності за мінімальних втрат і збитків для довкілля. Характер залежностей еколого-економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств за сукупністю параметрів сталого розвитку наведено у таблиці 1. На підґрунті

аналізу використання сільськогосподарських угідь можна зробити висновки, що процес їх експлуатації здійснюється на неналежному рівні, хоча існують резерви підвищення конкурентоспроможності завдяки застосуванню інноваційних технологій.

Таблиця 1

Економічні характеристики сталого розвитку сільськогосподарських підприємств залежно від їх розміру [11, с.13]

Показник	Група за виручкою від реалізації продукції сільського господарства, тис. грн.					
	до 500	501-2000	2001 - 7000	7001-2000	більше 20000	усього
Кількість підприємств у групі, од.	1214	1864	2992	2057	929	9056
Площа сільгоспугідь на одне підприємство, га	377	646	1454	2661	7429	2030
Частка ріллі від площі сільгоспугідь, %	88.2	91.4	94.5	95.4	96.7	95.2
Частка кукурудзи, соняшнику і ріпаку від загальної площі, %	20.2	26.3	31.6	36.0	42.8	36.6
Частка продукції тваринництва, %	22.1	15.0	12.6	15.6	29.9	23.4
Навантаження худоби і птиці на сільгоспугідді, умовних голів на 100 га	9.4	22.3	11.7	21.5	29.0	21.8
Виручка в середньому на одне підприємство, тис. грн.	236	1161	4129	11577	56796	10091
Виручка на 1 га сільгоспугідь	627	1798	2840	4350	7645	4970
Прибуток на 1 га сільгоспугідь, тис. грн.	-54	193	509	929	1758	1068
Витрати на мінеральні добрива у розрахунку на 1 га ріллі, грн.	207	267	419	631	984	683
Частка витрат на міндобрива від загальних витрат, %	8,6	7,2	11,6	12,8	12,8	12,3
Середня рентабельність (+), збитковість (-) у групі, %	- 7,9	12,1	21,9	27,1	29,8	27,4

Зазначена соціально-економічна ситуація зумовлює необхідність проведення ряду адаптаційних заходів щодо входження агропромислового сектору України в європейський інтеграційний простір, зокрема: оцінки власних фінансових можливостей розробки та реалізації адаптованого до САП ЄС організаційно-економічних механізмів екологізації розвитку галузей сільського господарства на

інноваційних засадах; проведення типізації сільських територій відповідно до стандартів ЄС; уточнення критеріїв депресивності сільських територій; подолання дефіциту інформації серед селян у галузі сільської політики.

Значні зусилля варто спрямувати на розширення сфери прикладної праці, а також диверсифікацію джерел доходів безпосередніх виробників сільськогосподарської продукції незалежно від того, займаються вони цим як наймані працівники сільськогосподарських підприємств, власники фермерських, особисто селянських господарств чи члени їх сімей.

Ключовим напрямом розвитку в Україні повинна стати концепція сталого агропромислового розвитку, відповідно до якої першочергового значення набуває проведення стратегічних пріоритетних напрямів розвитку агропромислового сектору на екологічно спрямованих інноваційних засадах; цілеспрямованої державної політики ефективної реалізації економічних, соціальних та екологічних інтересів суспільства; диференціації державної політики щодо великих, середніх і малих господарств; прямої підтримки дрібних товаровиробників та їх об'єднань (кооперативів). Для подолання неузгодженості в системах надання державної підтримки агро товаровиробникам між ЄС й Україною слід, по-перше, визначити критерії відповідності бюджетної підтримки одержанню необхідного економічного, соціального та екологічного ефекту; по-друге, охопити державними програмами підтримки якомога більшої кількості господарюючих суб'єктів, у т.ч. й ефективно господарюючих малих і середніх агро формувань, особистих селянських господарств при одночасному посиленні вимог до якості та безпеки сільськогосподарської продукції ; по-третє, спрямувати систему фінансування на підтримку заходів у рамках «зеленої скриньки» й їх реалізацію за допомогою еколого- і соціально орієнтованих програм.

Нині вже ухвалено Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» №1602 від 22 липня 2014 року, яким передбачено нову редакцію Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів». Новий закон набув чинності 20 вересня 2015 року. Він спрямований на забезпечення безпечності й якості харчових продуктів, інтересів споживачів, створення прозорих умов ведення господарської

діяльності, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції. Цим законом також передбачено створення єдиного контролюючого органу у сфері безпеки харчових продуктів, скасування дозвільних документів і процедур, які відсутні в ЄС, запровадження європейських принципів регулювання ГМО. Крім того, внесено зміни ще у 12 законодавчих актів, зокрема до Законів України: «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції», «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів», «Про захист прав споживачів» і деяких інших.

Слід зазначити, що якщо до просування продукції галузі рослинництва на зовнішні ринки й зокрема до Європи немає аж надто великих проблем, крім продукції плодоовочівництва, європейський ринок успішно освоює також галузь птахівництва, однак у молочному сегменті ситуація залишається складною. Великий обсяг виробництва молока припадає на особисті селянські господарства, які дотепер недотримуються технології щодо його виробництва, що негативно позначається на його якості. Це зумовлює необхідність укрупнення особистих селянських господарств, створення ферм сімейного типу та сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Треба провести ідентифікацію й реєстрацію тварин, які утримують і розводять у господарствах населення. Заходи щодо імплементації до норм ЄС (Згідно з умовами Угоди Україна – ЄС) належить зробити протягом 2015 – 2017 років, зважаючи на нинішні та майбутні потреби суспільства .

Досягнення європейських стандартів функціонування агропромислового сектору економіки України можливе лише за умов визначення базових пріоритетів, здатних забезпечувати синергетичний і кумулятивний ефекти в економічній та соціальній сферах, що спрямовуватиме процес європейської інтеграції відповідно до угоди між Україною й ЄС. Ними є: удосконалення державних механізмів забезпечення сільського населення благами як чинника зростання його добробуту; найповніша реалізація потенціалу сільськогосподарських формувань усіх організаційно-правових форм; гармонізація діючих національних стандартів сільськогосподарської продукції з європейськими та світовими вимогами; екологізація

аграрного виробництва запровадженням і використанням економічних методів господарювання; розвиток біоенергетики на основі вітчизняної сировинної бази; удосконалення системи державної підтримки розвитку органічного виробництва.

Особливу увагу, на нашу думку, необхідно приділити питанню просування вітчизняної продукції на міжнародні ринки. Використання маркетингових інструментів з цією метою може забезпечити збільшення кількості споживачів, а як наслідок і збільшення обсягів експорту. Проте при виборі ефективних заходів для просування, необхідно враховувати особливості цієї галузі, а саме:

- сезонність функціонування підприємств АПК;
- залежність виробництва від природних умов;
- продукти АПК – продукція першої необхідності, тому необхідно забезпечити їх виробництво у необхідній кількості;
- часто виробники цієї галузі працюють із іншими організаціями, а не на пряму із споживачами (відносини типу B2B);
- висока конкуренція через невелику диференціацію товарів;
- недостатня адаптація маркетингових інструментів для продукції АПК;
- невелика кількість фахівців, які займаються агромаркетингом [12].

Одним із інструментів маркетингу, який може підвищити конкурентоспроможність продукції підприємств агропромислового комплексу, а також удосконалити їх діяльність з урахуванням усіх особливостей цієї галузі є маркетинговий аудит.

Маркетинговий аудит – це систематичний процес комплексного аналізу та об'єктивної оцінки діяльності підприємства на основі фінансових і ринкових показників, а також показників відповідності соціальним і екологічним стандартам з метою визначення місця фірми на ринку, виявлення маркетингових можливостей і слабких сторін фірми з метою формування найбільш ефективної стратегії маркетингу для найбільш повного задоволення потреб споживачів, одержання максимального рівня прибутку і задоволення суспільних потреб.

Саме маркетинговий аудит може бути використаний як інструмент просування агропромислової продукції вітчизняних виробників на світових ринках, бо він найбільш цілісно розглядає

процес формування стратегії підприємства (від аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища фірми до планування конкретних заходів) і враховує всі особливості галузі (таблиця 2).

Таблиця 2

Урахування особливостей маркетингу в АПК за допомогою використання маркетингового аудиту

Особливість маркетингу в АПК	Урахування особливостей маркетингу в АПК за допомогою використання маркетингового аудиту
Сезонність функціонування підприємств АПК	Розробка стратегії впровадження синхромаркетингу, пошук можливостей диверсифікації для уникнення простоїв поза сезоном
Залежність виробництва від природних умов	Дослідження ринку інноваційних засобів мінімізації впливу природних умов на виробництво, розробка проекту впровадження і розрахунок можливих прибутків/втрат
Продукти АПК – продукція першої необхідності, тому необхідно забезпечити її виробництво у необхідній кількості	Дослідження ринку і розрахунок попиту з метою недопущення дефіциту товару на ринку, розрахунок оптимального обсягу випуску продукції
Часто виробники цієї галузі працюють із іншими організаціями, а не на пряму із споживачами (відносини типу B2B);	Розробка стратегії роботи з організаціями, налагодження постійних довготривалих взаємин із існуючими клієнтами і складання плану пошуку нових споживачів
Висока конкуренція через невелику диференціацію товарів;	Аналіз ринку конкурентів та виявлення конкурентних переваг, розробка стратегії, що засновуватиметься на виявлених перевагах
Недостатня адаптація маркетингових інструментів для продукції АПК	Детальне вивчення продукції та її особливостей, виявлення ставлення споживачів до цих особливостей, формування ефективного пакету заходів із усунення виявлених проблем
Невелика кількість фахівців, які займаються агромаркетингом.	Пошук фірм, які проводитимуть навчання персоналу особливостям агромаркетингу, пропозиції щодо вдосконалення внутрішнього маркетингу підприємства

З таблиці видно, що маркетинговий аудит може вирішити усі проблеми у формуванні маркетингової стратегії підприємства, пов'язані із особливостями агропромислової сфери. Це свідчить про те, що при просуванні продукції АПК на світовий ринок доцільно використовувати його як основний інструмент маркетингової політики виробників.

Висновки. Забезпечення конкурентоспроможності продукції агропромислового сектору України в умовах євроінтеграції потребує застосування комплексного підходу до проведення цілеспрямованої державної політики щодо ефективної реалізації економічних, соціальних й екологічних інтересів суспільства. Подібно до країн Центральної та Східної Європи, які першою хвилею ввійшли до складу ЄС, аграрні трансформації бажано здійснювати поступовим введенням апробованих у ЄС методів державного регулювання із «вбудуванням» національних особливостей та чітким поетапним визначенням розмірів і правил надання аграрних субсидій.

Одним із важливих питань для українських підприємств агропромислової сфери є просування своєї продукції на європейський рівень. Вибір ефективного маркетингового інструментарію для досягнення цієї мети є дуже важливим, адже має враховувати специфіку сфери виробництва і продукції. На нашу думку, маркетинговий аудит може задовольнити в повній мірі специфічним потребам у розробці і реалізації маркетингової політики на вітчизняних агропромислових підприємствах.

Література

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів від 6 серпня 2014 року № 385 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%DO%BF>
2. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/apk>
3. Грабак Н.Х. Екологічні інновації в АПК України / Н.Х. Грабак // Видання ЧДУ імені П. Могили. Наукові праці. сер. Екологія. – 2012. – Вип. 167. – С. 15 – 18.
4. Купинец Л.Е. Экологизация продовольственного комплекса: теория, методология, механизмы / Л.Е. Купинец. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2010. – 712 с.
5. Мішенін Є.В. Соціально-економічні та фінансові проблеми сталого сільського розвитку: монографія / Є.В. Мішенін, Р.П. Косодій, В.М. Бутенко. – Суми: ТОВ «ГД «Папірус», 2011. – 334 с.
6. Никитина З.В. Организационно-экономический механизм

екологізації сільськогосподарського виробництва: (теорія, методологія, практика): автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05 / Никитина Зоя Виленивна; [ФГО УВПО Великолук. гос. с.-х. акад., ГН У Московский НИИСХ "Немчиновка"]. — Москва, 2010. — 56 с.

7. Сталий розвиток та безпека агропродовольчої сфери України в умовах глобалізаційних викликів : монографія / Павлов О.І., Хвесик М.А., Юрчишин В.В. та інш.; за ред. О.І. Павлова. — Одеса: Астропринт, 2012. — 760 с.

8. Фурдичко О.І. Еколого-економічні особливості використання природних ресурсів в аграрному виробництві України / О.І. Фурдичко, О.С. Дем'янюк // Агроекологічний журнал – № 3. – 2013. – С. 7 - 12

9. Царенко О.М. Економічні проблеми виробництва екологічно чистої агропромислової продукції (теорія і практика) / О. М. Царенко. – К. : Аграрна наука, 1998. – 256 с.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Власенко І.В. Еколого-економічні засади сільськогосподарського природокористування в контексті сталого розвитку України: дис. ... докт. економічних наук: 08.00.06 / І.В.Власенко. — Київ, 2015. — 40 с.

12. Подольникова Е. М. Маркетинг в аграрном секторе [Електронний ресурс] / Е. М. Подольникова // Вестник ФГОУ ВПО Брянская ГСХА. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-marketinga-v-agrarnom-sektore>.

1. Pro zatverdzhennya Derzhavnoyi stratehiyi rehional'noho rozvytku na period do 2020 roku: Postanova Kabinetu Ministriv vid 6 serpnya 2014 roku # 385 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%DO%BF>

2. Ofitsiyyny sayt Ministerstva ahraryoi polityky ta prodovol'stva Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://minagro.gov.ua/apk>

3. Hrabak N.Kh. Ekolohichni innovatsiyi v APK Ukrayiny / N.Kh. Hrabak // Vydannya ChDU imeni P. Mohyly. Naukovi pratsi. ser. Ekolohiya. – 2012. – Vyp. 167. – S. 15 – 18.

4. Kupynets L.E. Экологызатсыяа prodovol'stvennoho kompleksa: teoryya. metodolohyya, mekhanyzmy / L.E. Kupynets. – Odessa: YPRЭЭУ NAN Украуны, 2010. – 712 s.

5. Mishenin Ye.V. Sotsial'no-ekonomichni ta finansovi problemy staloho sil's'kohoho rozvytku: monohrafiya / Ye.V. Mishenin, R.P. Kosodiy, V.M. Butenko. – Sumy: TOV «TD «Papirus», 2011. – 334 s.

6. Nykytyna Z.V. Orhanyzatsyonno-эkonomycheskyy mekhanyzm эколoгызатсыяа sel'skokhozyaystvennoho proyzvodstva: (teoryya, metodolohyya, praktyka): avtoref. dys. ... d-ra эkon. nauk : 08.00.05 / Nykytyna Zoya Vylenynovna; [FHO UVPO Velykoluk. hos. s.-kh. akad., HN U Moskovskyy NYYSKh "Nemchynovka"]. — Moskva, 2010. — 56 s.

7. Stalyy rozvytok ta bezpeka ahroprodovol'choyi sfery Ukrayiny v umovakh hlobalizatsiynykh vyklykiv : monohrafiya / Pavlov O.I., Khvesyk M.A., Yurchyshyn V.V. ta insh.; za red. O.I. Pavlova. – Odesa: Astroprynt, 2012. – 760 s.

8. Furdychko O.I. Ekoloho-ekonomichni osoblyvosti vykorystannya pryrodnykh resursiv v ahrarynomu vyrobnytstvi Ukrayiny / O.I. Furdychko, O.S. Dem"yanyuk // Ahroekolohichnyy zhurnal – # 3. – 2013. – S. 7 - 12

9. Tsarenko O.M. Ekonomichni problemy vyrobnytstva ekolohichno chystoyi ahropromyslovoyi produktsiyi (teoriya i praktyka) / O. M. Tsarenko. – K. : Ahrarna nauka, 1998. – 256 s.

10. Ofitsiyny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Vlasenko I.V. Ekoloho-ekonomichni zasady sil's'kohospodars'kohoho pryrodokorystuvannya v konteksti staloho rozvytku Ukrayiny: dys. ... dokt. ekonomichnykh nauk: 08.00.06 / Vlasenko I.V. — Kyiv, 2015. – 40 s.

12. Podol'nykova E. M. Marketynh v ahrarynom sektore [Elektronnyy resurs] / E. M. Podol'nykova // Vestnyk FHOУ VPO Bryanskaya HSKhA. – 2008. – Rezhym dostupu do resursu: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-marketinga-v-agrarynom-sektore>.

Рецензент: Степанов В. М д.е.н., професор, головний науковий співробітник ІПРЕЕД НАН України

15.12.2015