

маркетингу – орієнтація на споживача. Сегментацію продовольчого ринку доцільно здійснювати за такими змінними параметрами: географічним та демографічним принципом, соціально-економічними характеристиками, психологічним принципом, споживчими мотивами.

Складовими механізму маркетингового забезпечення є позиціонування на ринку, розробка та реалізація комплексу маркетингу з його товарною політикою, комунікаційною політикою, збутовою політикою, ціновою політикою.

Однією з основних задач маркетингу являється встановлення і підтримка максимально можливої планомірності і узгодженості в діяльності підприємства. В аграрних підприємствах повинна використовуватися система маркетингового планування: оперативне, тактичне, стратегічне.

Особливе місце в маркетинговій діяльності підприємств посідає функція контролю, яку умовно можна поділити на три типи: контроль за виконанням річних планів; контроль прибутковості; контроль за виконанням стратегічних рішень.

Література.

1. Моисеева Н.К. Стратегический маркетинг как основа программы преодоления кризисной ситуации на фирме / Н.К. Моисеева, В.В. Порецкий // Маркетинг. - № 6. - 1997. - С. 56-63.

2. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учебное пособие / В.А. Шаповалов. - Ростов н/Д.: Феникс, 2008.-345 с.

ПРОБЛЕМИ СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

***Харчевнікова Л.С., асистент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Все більшої популярності у світі, і зокрема в Україні, набирає продукція органічного походження. Причиною цього є зростаюча різниця між якістю та рівнем безпеки продуктів, що виробляються сьогодні, і сертифікованими органічними продуктами [1]. Але сертифікація екологічно чистих продуктів зараз відбувається неформально, на громадському рівні.

Отож, основною проблемою українських виробників органічної продукції сьогодні є те, що немає закону про органічне виробництво. Це вкрай негативно позначається на тих виробниках, які працюють сумлінно, проходять складну сертифікацію. Вони не можуть конкурувати із підприємцями, які використовують хімічні засоби захисту у вирощуванні рослин. Адаже через брак закону будь-хто сьогодні може написати на етикетці свого товару «органічний» – незалежно від того, як насправді вирощувалася продукція [2].

Система сертифікації органічної продукції відрізняється від систем сертифікації якості іншої продукції, оскільки в даному випадку спеціальний аналіз продуктів не застосовується при визначенні походження продуктів, однак, оцінюють спосіб та весь процес виробництва, починаючи від умов доквілля та підготовки ґрунту до постачання продукції споживачам.

Тобто система сертифікації охоплює весь ланцюг просування органічних продуктів від виробника до споживача («від поля до столу») включаючи контроль процесу виробництва продукції на полі, її первинну обробку, пакування, сортування, доочищення, миття тощо, а також процес переробки органічної сировини та виготовлення готових харчових продуктів, транспортування, зберігання та продаж продукції.

Сертифікація передбачає щорічну інспекцію та проходження сертифікаційної процедури кожного року. Кожен річний цикл виробництва галузі рослинництва перебуває під постійним наглядом сертифікаційної компанії і сертифікат видається на певний об'єм продукції, що вирощений в господарстві органічним методом. В сертифікаті чітко зазначається перелік культур, що вироблені, і можуть бути продані як органічні.

Для того, щоб засвідчити що компанія дійсно займається виробництвом чи переробкою органічної продукції, вона повинна пройти інспекцію, в основу якої покладено аналіз інформації та записів, а також відслідковування основних етапів технологічного процесу органічного виробництва на практиці. Звичайно це передбачає огляд полів, техніки та інших засобів виробництва, приміщень, де зберігається продукція. Для того, щоб винести рішення щодо відповідності вимогам, які висуваються до органічного виробництва, сертифікаційний орган має мати якомога більш детальну інформацію про господарство та технологічний процес виробництва.

На жаль, з причин відсутності в Україні законодавчої бази в галузі органічного виробництва та відповідної системи сертифікації,

виробники органіки стикаються з численними труднощами. Частина з них сертифікує свою продукцію в закордонних органах сертифікації та реалізує на зовнішніх ринках.

У Верховній Раді України (ВР) зареєстрований законопроект № 9707-1 від 18 січня 2012 р. про принципи органічного виробництва ініційований Кабінетом міністрів України. Слід відзначити, що законопроект спрямований на покращення основних показників стану здоров'я населення, збереження природного навколишнього середовища, раціонального використання ґрунтів, забезпечення раціонального використання та відтворення природних ресурсів. У документі зазначено, що його дія поширюється на органічну продукцію, яка включає в себе: не перероблену сільськогосподарську продукцію; перероблену сільськогосподарську продукцію; продукцію бджільництва; корми; насіннєвий і садивний матеріал; іншу продукцію, яка вироблена відповідно до вимог цього Закону та Правил органічного виробництва.

Прийняття Закону в цілому дозволить значно збільшити обсяги виробництва конкурентоспроможної аграрної продукції, прискорити насичення внутрішнього ринку високоякісними продуктами харчування та створити передумови для формування свідомості здорового способу життя у громадян. Виробництво у достатній кількості органічної продукції сприятиме поглибленню інтеграції українського аграрного виробництва до ринку ЄС та світових ринків загалом [3].

«Українські споживачі матимуть на полицях магазинів повний асортимент органічної продукції лише тоді, коли влада ухвалить закон про органічне виробництво і змусить його реально працювати; коли виробники і переробники будуть вирощувати, виробляти і переробляти якісну органічну продукцію і мати здорову конкуренцію на ринку; коли інвестори вкладатимуть кошти в комплекси органічного виробництва. Потрібна державна підтримка виробників органічної продукції, саме це призводить до стрімкого зростання органічного сектору країни, що підтверджено світовим досвідом», – вважає Наталія Прокопчук, координатор міжнародного проекту «Сертифікація в органічному сільському господарстві та розвиток органічного ринку в Україні» [2].

Отже, для розширення виробництва органічної продукції в Україні необхідно розробити чітко визначену державну політику і нормативи, запровадити, на базі міжнародних стандартів, національну систему органічної сертифікації, державну програму для розвитку органічного агровиробництва та сприяти його поширенню.

Література.

1. Гуцаленко О.О. Сертифікація органічної продукції в Україні /О.О. Гуцаленко // Сборник научных трудов SWorld. Материалы международной научно - практической конференции «Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании '2011». – Выпуск 4. Том 24. – Одесса: Черноморье, 2011. –С. 94–102.

2. Листопад О. Чому буює органічне землеробство в Україні?: [Ел. ресурс]: Режим доступу: <http://pryroda.in.ua/lystopad/chomu-buksuye-orhanichne-zemlerobstvo-v-ukrayini/>

3. Кіхно Л. Законопроект народного депутата України Ю. Литвина «Про органічне виробництво» прийнятий за основу:[Ел. ресурс]: Режим доступу: <http://narodna.dp.ua/news/news/zakonoproekt-narodno-go-deputat-ukra-ni-ju-litvina.html>.

4. Проект закону України «Про органічне виробництво».

5. Органічне агровиробництво: нові ринкові можливості та виклики для виробників зерна в Україні – Київ: В рамках роботи Проекту «Якість зерна та система кредитування сільського господарства в Україні – фаза II», 2008. – 71с.

КРИЗА ЯК ЧИННИК ПРИСКОРЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО СВІТОУСТРОЮ

***Кір'ян О.І., к.е.н., доц., Руда О.О.,
Українська інженерно-педагогічна академія
Кір'ян І.С., Харківський національний економічний університет***

На сьогоднішній день більшість людей досі вважає, що криза - це лише негативний чинник середовища. На їх погляд саме вона стає початком поширення безробіття та банкрутства підприємств, інвестиційних і комерційних банків з гарною репутацією в різних країнах світу, призводить до загрози глобальної рецесії, тобто є абсолютно негативним чинником, якому треба протистояти, який треба попереджати та нейтралізувати за будь-яку ціну.

Такий погляд не є абсолютно об'єктивним. Спеціалісти з багатим досвідом роботи вже почали доводити, що криза – це ще й позитивний чинник впливу середовища на розвиток підприємства або організації. Слід пам'ятати, що існує поняття циклічного розвитку, в тому числі й економіки, кожного окремого підприємства, тобто ніколи не може бути лише постійного зростання показників діяльності. На фоні загального розвитку будуть і періоди зростання показників, і періоди тимчасового падіння. Саме останні періоди й сприймаються