

Dorofeev, A. V. "Metodologicheskie osnovy upravleniia harmonichnym razvitiem agrarnogo sektora ekonomiki" [Methodological bases of management harmonious development of the agricultural sector]. *Nauchnye trudy AGAU*, no. 2 (2013): 132-138.

Dovbenko, M. V. *Suchasna ekonomichna teoriia (ekonomichna nobelelohiiia)* [Modern economic theory (economic nobeleology)]. Kyiv: Akademiia, 2005.

Ivanus, A. I. *Garmonichnoe upravlenie innovatsionnoy ekonomikoy v usloviakh neopredelennosti* [Orchestration innovative economy in the face of uncertainty]. Moscow: LIBROKOM, 2012.

Kovalchuk, T. M. "Rozvytok ekonomichnoho analizu v konteksti instytutsiinykh zmin" [Development of economic analysis in the context of institutional change]. *Ekonomika APK*, no. 7 (2011): 177-181.

Kvasha, S. M. "Mekhanizm prohnouzovannia tsin ta obsiahu tovarobihu silskohospodarskoi produktsii na tovarnykh birzhakh" [The mechanism of prediction of price and volume of trade of agricultural products in the commodity markets]. *Ekonomika APK*, no. 10 (2011): 64-73.

Lozynska, T. M. *Natsionalnyi prodovolchyi rynek v umovakh hlobalizatsii* [National food market globalization]. Kharkiv: Mahistr, 2007.

Lozynska, T. M. "Derzhavne upravlinnia rozvytkom prodovolchoho rynku Ukrainy v umovakh hlobalizatsii ekonomiky" [State management of the development of the food market of Ukraine in a globalized economy]. *Dys. ... doktora derzh. upravlinnia: 25.00.02*, 2008.

"Rezoliutsiia kongressa «Garmonichnoe razvitie sistem – Tretyi Put chelovechestva»" [Congress resolution "Harmonious development systems – Third Way of mankind"]. <http://instituteofcreative-technologies.com/congress>.

Soroko, E. M. "V chem smysl tretego puti? Invariantnye metody obespecheniia funktsionalnogo kachestva sistem cherez harmonizatsiiu ikh vnutristrukturnogo raznoobraziiia" [What is the meaning of the third way? Invariant methods of providing functional quality systems through the harmonization of their intrastructural diversity]. In *Garmonichnoe razvitie sistem – tretiy put chelovechestva*, 7-20. Odessa: Institut kreativnykh tekhnologiy, 2011.

Shevchuk, V. Ya., Satalin, Yu. M., and Biliavskiy, H. O. *Ekolohichne upravlinnia* [Environmental management]. Kyiv: Lybid, 2004.

Yevchuk, L. A. "Stratehichnyi menezhment iak mekhanizm zabezpechennia konkurentospromozhnosti silskohospodarskykh pidpriemstv" [Strategic management as a mechanism to ensure the competitiveness of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*, no. 9 (2011): 103-107.

Zakhodym, M. V. "Ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia vyrobnytstva konkurentospromozhnoi produktsii molokopererobnykh pidpriemstv" [Economic mechanism ensuring competitive production of milk processing enterprises]. *Ekonomika APK*, no. 4 (2011): 26-32.

УДК 683:336

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В ГАЛУЗІ М'ЯСО-МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

© 2014 ЛОЗИНСЬКА І. В.

УДК 683:336

Лозинська І. В. Сучасні підходи до формування конкурентоспроможності продукції в галузі м'ясо-молочного скотарства

Мета статті полягає в систематизації поглядів дослідників на визначення поняття конкурентоздатності виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства, виокремленні критеріїв та індикаторів. У результаті дослідження було виявлено розмаїтість визначень конкурентоспроможності, підходів до відображення її змісту, що свідчить не тільки про складність цього визначення, але і про відсутність єдиного системного підходу до формування й аналізу поняття. Обґрунтовано основні складові компоненти, критерії та фактори конкурентоспроможності та окреслено специфічні проблеми підвищення конкурентоспроможності в галузі м'ясо-молочного скотарства. Перспективами подальших досліджень є розширення ринків збуту продукції вітчизняних сільськогосподарських підприємств задля підвищення їхньої прибутковості та забезпечення населення високоякісними продуктами харчування.

Ключові слова: конкурентоспроможність, м'ясо-молочне скотарство, сільськогосподарські підприємства, конкуренція, ефективність.

Рис.: 3. **Формул:** 1. **Бібл.:** 8.

Лозинська Інна Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і контролінгу, Сумський національний аграрний університет (вул. Кірова, 160, Суми, 40021, Україна)

E-mail: inna_lozinskaya@inbox.ru

УДК 683:336

UDC 683:336

Лозинская И. В. Современные подходы к формированию конкурентоспособности продукции в отрасли мясо-молочного скотоводства

Цель статьи заключается в систематизации взглядов исследователей на определение понятия конкурентоспособности производства продукции мясо-молочного скотоводства, выделении критериев и индикаторов. В результате исследования было выявлено разнообразие определенных конкурентоспособности, подходов к отображению ее содержания, что свидетельствует не только о сложности этого определения, но и об отсутствии единого системного подхода к формированию и анализу понятия. Обоснованы основные составные компоненты, критерии и факторы конкурентоспособности и очерчены специфические проблемы повышения конкурентоспособности в области мясо-молочного скотоводства. Перспективой дальнейших исследований является расширение рынков сбыта продукции отечественных сельскохозяйственных предприятий для повышения их прибыльности и обеспечения населения высококачественными продуктами питания.

Ключевые слова: конкурентоспособность, мясо-молочное скотоводство, сельскохозяйственные предприятия, конкуренция, эффективность.

Рис.: 3. **Формул:** 1. **Библ.:** 8.

Лозинская Инна Витальевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и контроллинга, Сумской национальный аграрный университет (ул. Кирова, 160, Сумы, 40021, Украина)

E-mail: inna_lozinskaya@inbox.ru

Lozynska Inna V. Modern Approaches to Formation of Competitiveness of Products of the Meat and Milk Stock-breeding

The goal of the article lies in systematisation of views of researchers on definition of the competitiveness of production of the meat and milk stock-breeding notion and identification of criteria and indicators. In the result of the study the article reveals a diversity of definitions of competitiveness and approaches to reflection of its essence, which testifies not only to a complexity of this definition but also to absence of a common system approach to formation and analysis of the notion. The article shows main components, criteria and factors of competitiveness and outlines specific problems of increase of competitiveness in the field of meat and milk stock-breeding. The prospect of further studies is expansion of markets of sales of products of domestic agricultural enterprises for increase of their profitability and providing population with high-quality food products.

Key words: competitiveness, meat and milk stock-breeding, agricultural enterprises, competition, efficiency.

Рис.: 3. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 8.

Lozynska Inna V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economics and controlling, Sumy National Agrarian University (vul. Kirava, 160, Sumy, 40021, Ukraine)

E-mail: inna_lozinskaya@inbox.ru

На сучасному етапі, в умовах зниження платоспроможності населення, з одного боку, і засилля імпортованих товарів не завжди належної якості, з іншого боку, перед економікою країни постає питання підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. Першочерговим завданням при цьому є адаптація сільськогосподарських підприємств до трансформаційних умов господарювання. На практиці ж, досягнення українськими товаровиробниками гідного місця на ринку та в уявленні споживачів можливе лише за умови усвідомлення ними конкурентних переваг власного виробництва перед іноземними товарами, узгодивши власні ціни та можливості з кон'юктурою ринку.

Вивченню питання теорії, методології і практики конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств присвячували свої праці вітчизняні науковці, як І. М. Астахова, Т. Г. Маренич, П. К. Канінський, В. Я. Месель-Веселяк, Т. І. Олійник, Р. А. Фатхутдінов, В. І. Юрчишин, С. В. Ярошенко та інші. Також проблеми розвитку конкурентоспроможності підприємства та його продукції розкриті в роботах зарубіжних вчених І. Ансофа, М. Портера, А. Сміта тощо.

Метою даної статті є узагальнення поглядів науковців на визначення поняття конкурентоздатності виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства, виокремлення критеріїв та індикаторів конкурентоздатності.

Економічна категорія «конкуренція» в перекладі з грецької на українську мову означає протистояння, протидія, суперництво, змагання. Отже, конкуренція – змагання кількох підприємств за досягнення однієї й тієї ж мети [5]. Конкуренція постійно заохочувалася, починаючи з ранніх часів розвитку підприємництва. Ще Адам Сміт вважав, що багато проблем суспільства, включаючи соціально-економічні, можна вирішувати з допомогою активної конкуренції, коли намагання одного підприємця будуть зведені нанівець низькими цінами або товарами кращої якості, запропонованими суспільству його конкурентами [4].

Канінський П. К. під конкурентоспроможністю підприємства розуміє його здатність отримувати прибутки, достатні для відтворення простого або розширеного виробництва, мотивації праці та поліпшувати властивості продукції [3].

С. Ярошенко стверджує, що підприємства є конкурентоспроможними, якщо вони можуть довгий час відстоювати власні переваги на ринку завдяки наявності ефективної стратегії чи здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, достатній для вдосконалення виробництва, підтримання якості продукції на високому рівні і стимулювання робітників [8].

А. Маренич та І. Астахова зазначають, що конкурентоспроможність – це комплексна характеристика діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити сильні сторони підприємств в конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами [1].

За А. Яновським, конкурентоспроможність – це здатність підприємств виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага одних підприємств над іншими, що працюють у даній галузі в країні та за її межами [7].

На нашу думку, підсумовуючи наведені вище міркування відомих науковців, найбільш вдалим є таке визначення конкурентоспроможності: «... це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку».

Проаналізувавши підходи до розуміння конкурентоспроможності підприємств, робимо висновок, що не існує єдиного її трактування. Частина дослідників вважає, що конкурентоспроможність підприємств – категорія, яка прямо визначається характеристиками їх продукції. Інші дослідники беруть за основу ефективність виробничого процесу чи стратегічного планування розвитку підприємств, їх спроможність впроваджувати нові технології та боротися з суперниками на ринках.

На нашу думку, категорія «конкурентоспроможність підприємств» має поєднувати в собі інформацію про чинники, які можуть забезпечити завоювання та утримання ними конкурентних позицій, тривале перебування на ринку: виробничу ефективність, здатність продукції задовольняти потреби споживачів, ефективність організації маркетингової діяльності тощо.

Усі наведені визначення конкурентоспроможності, природно, мають право на існування, дозволяють глибше зрозуміти суть даного економічного поняття. Разом з тим розмаїтість визначень конкурентоспроможності, підходів до відображення її змісту свідчить не тільки про складність цього поняття, але і про відсутність єдиного системного підходу до формування й аналізу поняття «конкурентоспроможність» – дослідники найчастіше звертають увагу на одні властивості і фактори конкурентоспроможності і залишають осторонь інші. Ця обставина може бути пов'язана з характером розглянутих задач економічного аналізу, змістовні постановки яких і визначають важливість певних аспектів конкурентоспроможності, що в остаточному підсумку і призводить до того, що в одних визначеннях виділяються одні властивості конкурентоспроможності, а в других пропонується досліджувати інші (рис. 1).

Однією з найважливіших причин нинішнього кризового стану вітчизняних підприємств аграрного сектора є те, що вони виявилися не готові до конкуренції із західними підприємствами на відкритих внутрішніх і зовнішніх ринках. Низька конкурентоздатність продукції призводить до погіршення фінансово-економічного стану вітчизняних аграрних підприємств. Також внаслідок низької конкурентоспроможності продукції та високого рівня інфляції знижується обсяг виробництва. Скорочення ж обсягів виробництва, в свою чергу, призвели до недоовантаження виробничих потужностей, а отже, до зростання частки постійних витрат у структурі собівартості продукції. А оскільки конкуренція із західними товарами змусила аграрні підприємства при формуванні ціни орієнтуватися на ринкові ціни, то дана ситуація призвела до появи збитків із усіма наслідками, що випливають з цього. Тобто втрата конкурентоспроможності для будь-якого підприємства є прямим шляхом до банкрутства.

Ситуація в галузі м'ясо-молочного скотарства ускладнюється через специфіку галузі, яка полягає в такому:

1) продукція галузі – це здебільшого кінцевий продукт, призначений для задоволення потреб населення у продовольстві і різних галузей економіки у сировині, тому такий фактор, наприклад, як мода, не превалює в оцінці конкурентоспроможності товару;

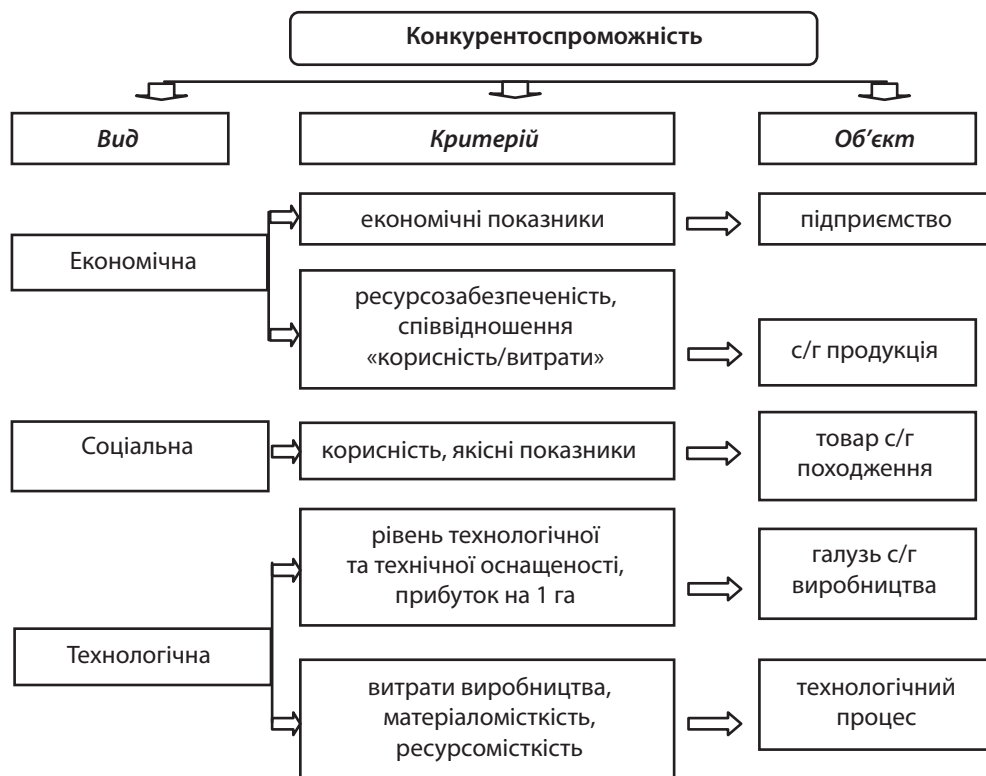


Рис. 1. Матриця компонентів конкурентоспроможності

Джерело: розробка автора.

2) продукція м'ясо-молочного скотарства – це, як правило, товар швидкого користування, що не вимагає великих витрат споживача в процесі її приготування до вживання;

3) підприємства з виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства є своєрідним барометром загальногосподарської кон'юнктури, вони першими реагують на економічні спади й останніми на підйоми. Реакція на економічний підйом повинна полягати в пропозиції на ринок продукції, що відповідає вимогам споживачів;

4) виробництво продукції характеризується досить тривалим виробничим циклом, тому підприємства даної галузі відчувають потребу в тривалому кредитуванні і сильно страждають в умовах високого рівня інфляції;

5) для підвищення якості продукції та ефективності управління підприємствами в галузі м'ясо-молочного скотарства необхідно розробити механізми заохочення переходу підприємств аграрного сектора на міжнародні стандарти якості.

Для більшості підприємств галузі досить складно перебороти відставання від світових та й наших вітчизняних аграрних лідерів, які зайняті, у виробництві та переробці м'ясо-молочної продукції. Значні кількості підприємств агробізнесу без підтримки органів державної, регіональної та місцевої влади загрожує процедура банкрутства. Загальновизнано, що, більшість аграрних підприємств відносяться до соціальнозначущих, так як на них виробляються продовольство і сировина для харчової і переробної промисловості. У силу того, що підприємство є учасником не тільки ринку товарів, але й ресурсів, праці, капіталу й інших ринків, поряд із власниками підприємства, його конкурентоздатність також важлива для споживачів, постачальників, працівників, менеджерів, а також кредиторів й інвесторів. При цьому для кожної з цих груп зацікавлених осіб конкурентоздатність сільськогосподарського підприємства

виражається по-своєму. Отже, для власників аграрних підприємств перед прийняттям стратегічних рішень навіть на рівні підприємства, необхідна детальна оцінка його конкурентоспроможності за всіма факторами (рис. 2).

Для багатьох вітчизняних підприємств галузі м'ясо-молочного скотарства зміст конкуренції зводиться до того, щоб бути схожими на своїх конкурентів. Це додає їм впевненості в собі. Але наслідувати іншим – значить позбавитися будь-якої своєї конкурентної переваги. Деякі підприємства, володіючи певною конкурентною перевагою, не роблять зусиль для того, щоб не втратити її.

Наявність конкурентної переваги не повинна зупинити подальший пошук вдосконалення стратегії розвитку підприємств аграрного бізнесу. Для сучасного етапу розвитку ринку наявність саме своєї конкурентної переваги може стати вирішальним при виборі споживача і для вживання будь-якого підприємства.

Отже, сьогодні у нашій країні недооцінюють проблеми конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому. У більшості випадків при оцінці конкурентоспроможності виробу кількісному аналізу піддаються тільки деякі критерії конкурентоспроможності: ціна, технічні та якісні характеристики. Робиться це, в основному, для продукції, що йде на задоволення потреб споживача [5].

Ця обставина визначає наявність різних факторів, що формують конкурентоздатність підприємства. З огляду на існуючий у галузі дефіцит інвестиційних ресурсів – однієї з головних причин низької конкурентоздатності, можна виділити такі ключові фактори конкурентоздатності галузі м'ясо-молочного скотарства сільськогосподарських підприємств (рис. 3).

Як показує практика, комплексний розвиток всіх факторів, що роблять вплив на конкурентоздатність підприємства, можливий тільки за рахунок освоєння сучасних техно-

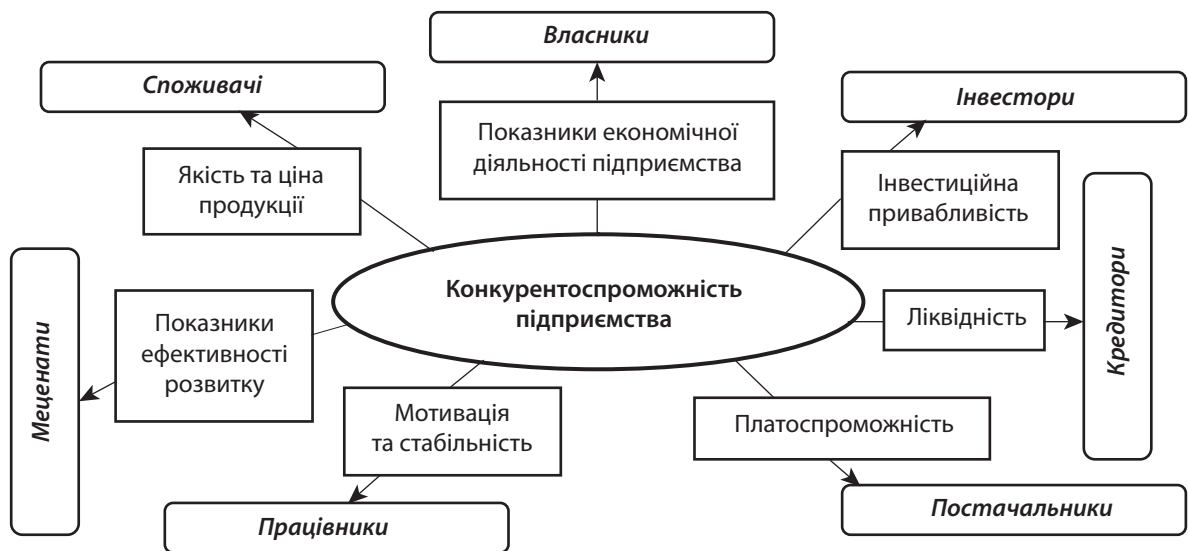


Рис. 2. Критерії конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розробка автора.

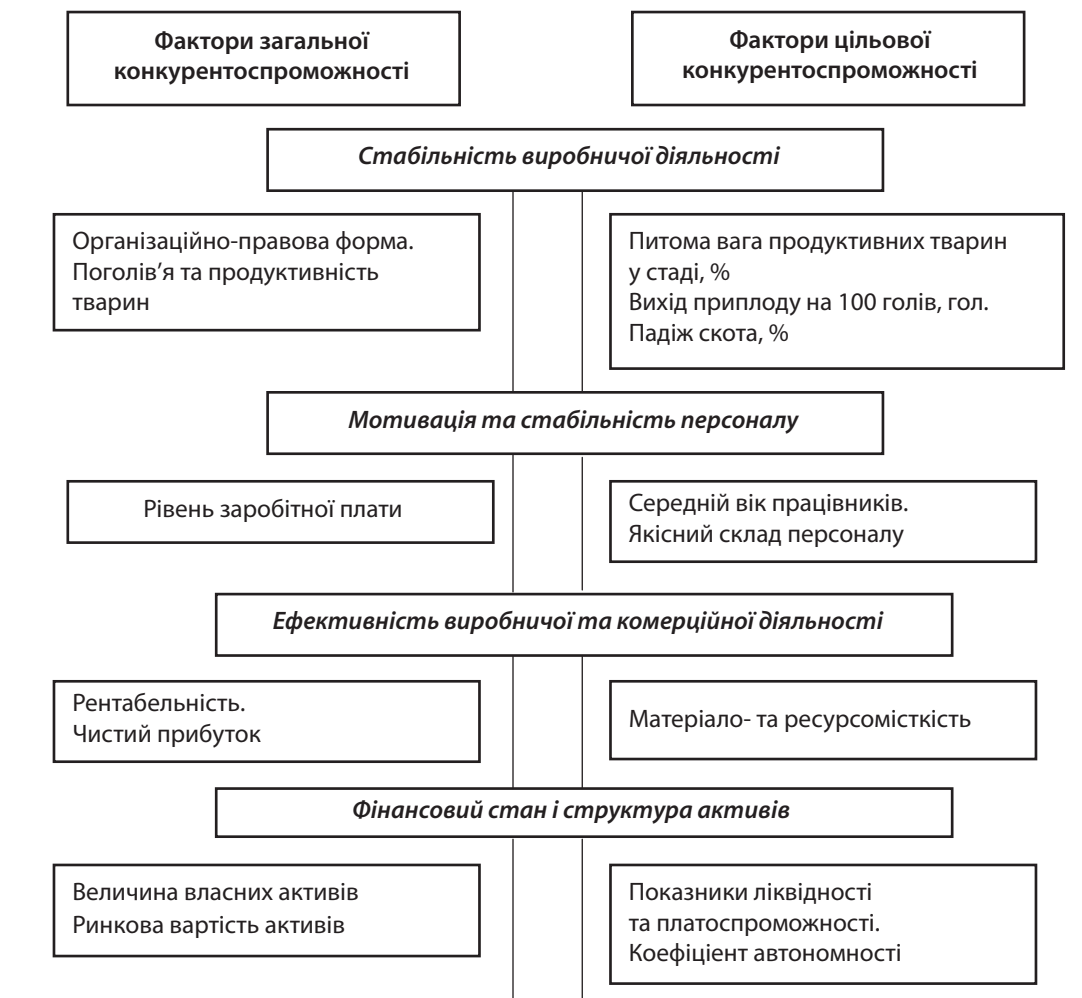


Рис. 3. Ключові фактори конкурентоспроможності підприємства галузі м'ясо-молочного скотарства

Джерело: розробка автора.

логії виробництва продукції, контролю якості, використанні при виробництві сучасної техніки й устаткування. Важливе значення при цьому має мотивація персоналу, що приймає участь у реалізації проектів по модернізації виробництва.

Це пояснюється багато в чому тим, що підприємства звикали працювати на «ринку продавця» і за основу оцінки приймають якісні характеристики товару. Поняття конкурентоспроможності аграрного підприємства не потрібно

замінювати поняттям його фінансового стану та платоспроможності. Фінансовий потенціал аграрного підприємства є лише одним з його факторів конкурентоспроможності, що виконує, як правило, роль обмеження. Але підприємство може мати досить високий рівень розвитку технології, трудові ресурси високої кваліфікації і при цьому низький рівень фінансового потенціалу, що став результатом неправильно розробленої стратегії ведення конкурентної боротьби інших неправильних управлінських рішень [6].

Управління конкурентоспроможністю продукції, що випускається, на сучасному етапі розвитку ринку можливе тільки з позиції привабливості для споживача. Управління конкурентоспроможністю продукції галузі м'ясо-молочного скотарства повинно керуватись такими аспектами:

- ★ визначення параметрів конкурентоспроможності;
- ★ оцінка рівня конкурентоспроможності для власної продукції та продукції, що випускається конкурентами;
- ★ визначення необхідного рівня конкурентоспроможності;
- ★ доведення існуючих характеристик продукції до необхідного рівня на основі контролю і регулювання;
- ★ прогнозування рівня конкурентоспроможності залежно від темпів науково-технічного прогресу, розвитку ринків, соціальних і політичних змін.

Конкретні рекомендації не можуть бути для всіх підприємств стандартними, у кожному конкретному випадку на підприємстві повинна розроблятися система управління конкурентоспроможністю, що оптимально працюватиме з урахуванням усіх специфічних характеристик і особливостей даного підприємства. Необхідно мати всю систему факторів конкурентоспроможності продукції, їх взаємозв'язок і взаємодію між собою, щоб побудувати систему управління конкурентоспроможністю продукції. Інтегральне розуміння конкурентоспроможності підприємства як сукупності факторів вимагає більш широкого підходу до проблем управління конкурентоспроможністю [6].

Конкурентоспроможність характеризується деяким набором параметрів X_p , що дають числову оцінку об'єкта. Поставимо у відповідність цьому набору деяку міру K_{ie} , функціонально зв'язану із сукупністю оцінок X_p , що характеризують властивості об'єкта. Можливість впливу на об'єкт виявляється в зміні чисельного значення K_{ie} . Метою такого впливу є забезпечення значення міри K_{ie} у доступному інтервалі.

Виходячи з умови розвитку систем, що може бути поширена і на системи, які забезпечують конкурентоспроможність, з часом інтегральний показник конкурентоспроможності продукції, а також підприємства в цілому повинен збільшуватися. Іншими словами, при будь-яких $t_1 < t_2$. Маємо:

$$K_{ie}(X_i(t_1)) < K_{ie}(X_i(t_2)). \quad (1)$$

Відхилення X_i у часі від деякого необхідного (еталонного) рівня означає зниження конкурентоспроможності продукції. З метою підтримки конкурентоспроможності на бажаному рівні у визначеному часовому інтервалі необхідно впливати на процес створення споживчої цінності. Перебудова системи в потрібний момент часу означає зміну міри K_{ie} . Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності можливе тільки при постійному впливі на об'єкт із метою збереження рівня K_{ie} в умовах, що змінюються [7].

Для цього пропонується концепція забезпечення конкурентоспроможності продукції, що передбачає при здійснен-

ні управлінських впливів використання принципу аналізу неузгодженостей між фактичними і необхідними показниками конкурентоспроможності.

Інструментом керування рівнем конкурентоспроможності товару на різних стадіях життєвого циклу товару можуть виступати ті чи інші фактори конкурентоспроможності. Об'єктами управління можуть бути всі складові внутрішнього потенціалу аграрного підприємства, до яких відносяться: виробничий потенціал (техніко-технологічний, кадровий, організації виробництва, сировина та матеріали); потенціал розвитку (маркетингу та менеджменту, інноваційний, інформаційний); інвестиційний потенціал (наявність і величина внутрішніх джерел інвестування, можливість залучення зовнішніх фінансових ресурсів) [5].

ВИСНОВКИ

Таким чином, проблема управління конкурентоспроможністю продукції є досить актуальною для вітчизняних аграрних підприємств на сучасному етапі, бо зниження конкурентоспроможності продукції є чинником ризику для всього аграрного підприємства, а вихід з важкого фінансового стану можливий тільки у результаті створення конкурентоспроможного виробництва. У свою чергу формування системи управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств доцільно проводити на підставі об'єктивної інформації про стан підсистем. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова // Бизнес Информ. – 2007. – № 5. – С. 23 – 27.
2. Ермолов М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М. О. Ермолов. – М.: Мысль, 1990. – 229 с.
3. Канінський П. К. Спеціалізація та кооперація тваринництва зони Лісостепу в умовах ринкової економіки / П. К. Канінський. – К.: ІАЕ УААН, 2000. – 450 с.
4. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов / А. Смит. – М.: ИНФРА-М. – 2001. – 312 с.
5. Шувалов А. И. Некоторые аспекты оценки конкурентоспособности / А. И. Шувалов // Обновление продукции и конкурентоспособность. – М.: МДНТП, 2011. – С. 44 – 46.
6. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. – М.: АКАЛИС, 1996. – 272 с.
7. Яновский А. Конкурентоспособность товара и товаропроизводителя / А. Яновский // Бизнес Информ. – 1996. – № 5. – С. 21 – 23.
8. Ярошенко С. П. Принципы конкурентоздатности сферы материального производства / С. П. Ярошенко // Региональна економіка. – 2008. – № 1(2). – С. 37 – 39.

REFERENCES

- Ermolov, M. O. *Chem otlichaetsia konkurentosposobnost firmy ot konkurentosposobnosti tovara* [What distinguishes the company's competitiveness on the competitiveness of the product]. Moscow: Mysl, 1990.
- Kaninskyi, P. K. *Spetsializatsiia ta kooperatsiia tvarynyntstva zony Lisostepu v umovakh rynkovoї ekonomiky* [Specialization and cooperation in forest-steppe zone of the livestock market economy]. Kyiv: IAE UAAAN, 2000.
- Marenich, A., and Astakhova, I. "Upravlenie konkurentosposobnostiu predpriatiia" [Management of competitiveness of enterprises]. *Biznes Inform*, no. 5 (2007): 23-27.

Smit, A. *Issledovanie o prirode i prichine bogatstva narodov* [Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of nations]. Moscow: INFRA-M, 2001.

Shuvalov, A. I. "Nekotorye aspekty otsenki konkurentosposobnosti" [Some aspects of the evaluation of competitiveness]. In *Obnovlenie produktsii i konkurentosposobnost*, 44-46. Moscow: MDNTP, 2011.

Yudanov, A. Yu. *Konkurentsia: teoriia i praktika* [Competition: Theory and Practice]. Moscow: AKALIS, 1996.

Yanovskiy, A. "Konkurentosposobnost tovara i tovaroproizvoditelia" [Competitiveness of the goods and producers]. *Biznes Inform*, no. 5 (1996): 21-23.

Yaroshenko, S. P. "Pryntsyipy konkurentnozdatnosti sfery materialnoho vyrobnytstva" [Principles of competitive sphere of material production]. *Rehionalna ekonomika*, no. 1 (2) (2008): 37-39.

УДК 640.43+338.43

РЕСТОРАН НЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК КАНАЛ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ АПК

© 2014 МІЦЕНКО Н. Г.

УДК 640.43+338.43

Мищенко Н. Г. Ресторан не господарство як канал збуту продукції АПК

Метою статті є висвітлення на основі статистичної інформації змін, що відбулися в ресторанному господарстві України; виявлення тенденцій та перспектив розвитку ресторанного господарства в складі АПК країни. У результаті дослідження виокремлено основні тенденції розвитку мережі та товарообороту ресторанного господарства, здійснено кластеризацію регіонів України за рівнем його розвитку, обґрунтовано регресійні моделі та перспективні напрями розвитку ресторанного господарства. Розглянуто участь закладів ресторанного господарства у вертикальних інтегрованих системах АПК країни, що дозволить забезпечити доступність цін на їх продукцію, якість та безпечність продуктів харчування. Перспективою подальших досліджень є вивчення місця ресторанного господарства в міжгалузевих комплексах: агропродовольчому, туристично-готельному, лікувально-оздоровчому, культурно-розважальному.

Ключові слова: ресторанне господарство, канал збуту продукції АПК, товарооборот ресторанного господарства, тенденції розвитку, кластеризація регіонів, перспективи розвитку, моделі розвитку ресторанного господарства.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 12.

Мищенко Наталія Григорівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри, кафедра економіки підприємства, Львівська комерційна академія (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

E-mail: adia1990@mail.ru

УДК 640.43+338.43

Мищенко Н. Г. Ресторанное хозяйство как канал сбыта продукции АПК
Целью статьи является освещение на основе статистической информации произошедших в ресторанном хозяйстве Украины изменений, выявление тенденций и перспектив развития ресторанного хозяйства в составе АПК страны. В результате исследования выделены основные тенденции развития сети и товарооборота ресторанного хозяйства, осуществлена кластеризация регионов Украины по уровню его развития, обоснованы регрессионные модели и перспективные направления развития ресторанного хозяйства. Рассмотрено участие заведений ресторанного хозяйства в вертикальных интегрированных системах АПК страны, что позволит обеспечить доступность цен на их продукцию, качество и безопасность продуктов питания. Перспективой дальнейших исследований является изучение места ресторанного хозяйства в межотраслевых комплексах: агропродовольственном, туристско-гостиничном, лечебно-оздоровительном, культурно-развлекательном.

Ключевые слова: ресторанное хозяйство, канал сбыта продукции АПК, товарооборот ресторанного хозяйства, тенденции развития, кластеризация регионов, перспективы развития, модели развития ресторанного хозяйства.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Библ.:** 12.

Мищенко Наталья Григорьевна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой, кафедра экономики предприятия, Львовская коммерческая академия (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

E-mail: adia1990@mail.ru

UDC 640.43+338.43

Mitsenko Natalia G. Restaurant Business as a Sales Channel for AIC Products

The goal of the article is to show changes in the restaurant business of Ukraine and tendencies and prospects of development of the restaurant business as a part of the agrarian and industrial complex (AIC) of the country on the basis of statistical data. In the result of the study the article marks out main tendencies of development of the network and commodity circulation of the restaurant business, conducts clusterisation of Ukrainian regions by the level of its development and justifies regression models and prospective directions of development of the restaurant business. The article considers participation of restaurants in vertical integrated AIC systems of the country, which would allow ensuring moderateness of prices of their products, quality and safety of food products. The prospect of further studies is the study of the place of the restaurant business in inter-branch complexes: agro-food, tourist-hotel, health-related and cultural-entertainment.

Key words: restaurant business, sales channel of AIC products, restaurant business commodity turnover, development tendencies, clusterisation of regions, prospects of development, models of development of restaurant business.

Pic.: 2. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 12.

Mitsenko Natalia G. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department, Department of Enterprise Economics, Lviv Academy of Commerce (vul. Tugan-Baranovskogo, 10, Lviv, 79005, Ukraine)

E-mail: adia1990@mail.ru

Ринкові трансформації зумовили кардинальні зміни в характері, сутності та суб'єктах господарських зв'язків в усіх ланках АПК України. Особливе місце ресторанного господарства в складі четвертої сфери АПК обумовлене виконанням ним (разом з торгівлею) важливої функції збуту продукції АПК і доведення її до кінцевих споживачів. При цьому ресторанне господарство пов'язане з

усіма фазами розширеного відтворення: тут здійснюється переробка сільгоспсировини, виробництво харчової продукції, її обмін на гроші, організація особистого споживання, процес розподілу за результатами праці.

Вивченню соціально-економічних та організаційних проблем розвитку ресторанного господарства в Україні присвячені праці А. Аветисової, В. Антонової [1], О. Бори-