

Подальші дослідження проблеми формування економічного потенціалу підприємства потребують глибшого вивчення співвідношення між окремими видами цього потенціалу.

Література

1. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2008. – № 7. – С. 71-76.
2. Толпежніков Р. Управління потенціалом промислового підприємства: формування організаційно-економічного механізму / Р. Толпежніков // Схід. – 2012. – № 6 (120). – С. 81-85.
3. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка : наук.-практ. журнал. – 2005. – № 3. – С. 48-56.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М. : Изд-во "Книжный мир", 2003. – 892 с.
5. Марушков Р.В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук / Р.В. Марушков. – М. : Изд-во "Проксис", 2000. – 23 с.
6. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.
7. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих та ін. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с.
8. Гришко В.А. Оцінювання та управління інвестиційно-інноваційним потенціалом машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук / В.А. Гришко. – Львів, 2011. – 25 с.

Лєсык Л.И. Типология видов и факторов формирования экономического потенциала предприятия

Предложены новые способы группирования видов экономического потенциала предприятия. Определены основные принципы исследования влияния факторов на уровень такого потенциала. Разработан способ двойного группирования факторов, которые оказывают влияние на текущий уровень экономического потенциала предприятий. Построена трехуровневая модель формирования экономического потенциала предприятий.

Ключевые слова: предприятие, экономический потенциал, типология, виды потенциала, факторы потенциала, формирование потенциала.

Lesyk L.I. Typology of kinds and factors of the economic potential forming of the enterprise

New grouping methods of kinds of the economic potential forming of the enterprise were proposed. The basic principles of study of the factors influence on the level of the mentioned potential were worked out. A method of dual grouping of factors that have an impact on the current level of economic potential of enterprises was developed. A three-level model of the enterprises economic potential forming was built.

Keywords: enterprise, economic potential, typology, kinds of potential, potential factors, potential forming.

УДК 338.439.5.012.23:633.491(477.8) Асист. А.О. Максимук, канд. экон. наук – Львівський НУ ім. Івана Франка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАРТОПЛІ У ЗАХІДНІЙ УКРАЇНІ

Проаналізовано роль України на світовому ринку картоплі, досліджено показники виробництва, урожайності, споживання, ціноутворення та зовнішньої торгівлі картоплею в окремих областях Західної України. Проведено SWOT-аналіз цього сегмента ринку і оцінено перспективи подальшого розвитку.

Ключові слова: ринок картоплі, SWOT-аналіз, урожайність, Західна Україна.

Постановка проблеми. Україна займає провідні позиції на світовому ринку вирощування картоплі, проте велика частина продукції вирощується у підсобних господарствах населення, і лише невелика частка – на сільськогосподарських підприємствах. Така ситуація зумовлює невисоку виробничу ефективність і недосконалу логістику сегмента ринку вирощування картоплі, а також ускладнює експортну діяльність гравців ринку. Тому необхідним є детальне вивчення цього сегмента ринку з метою виявлення чинників підвищення виробничої ефективності та експортного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні показники ринку картоплі досліджено у роботах А. Бондарчука, Л. Ігнатенка, П. Киценка, В. Кононученка, Л. Мех, Р. Лаврова, А. Погорілого, О. Положення, Ю. Цимбалюка та ін. Однак, попри значний науковий доробок, багато аспектів розвитку цього ринку на рівні регіону є не вирішеними і потребують подальшого аналізу.

Мета і завдання роботи – проаналізувати показники виробництва, урожайності, споживання, ціноутворення та зовнішньої торгівлі картоплею у Західній Україні, провести SWOT-аналіз цього сегмента ринку й оцінити перспективи подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що найбільшими виробниками картоплі у світі є Китай, Індія, Росія, Україна і США (табл. 1). За останнє десятиріччя виробництво картоплі істотно зросло в Китаї та Індії, збільшивши їх частки у світовому виробництві до 23 і 11 % відповідно. Натомість виробництво картоплі в США, Росії та Польщі останнім часом значно знизилось, що можна пояснити переходом на вирощування та споживання дорожчих овочів та фруктів. Загальносвітове виробництво картоплі у світі за останнє десятиріччя майже не змінилось.

Табл. 1. Найбільші виробники картоплі у світі, млн т [1]

Країна	1990 р.	2000 р.	2010 р.
Бангладеш	1,1	2,9	7,9
Білорусь		8,7	7,8
Китай	32,0	66,3	74,8
Франція	4,8	6,4	6,6
Німеччина	14,5	13,7	10,2
Індія	14,8	25,0	36,6
Нідерланди	7,0	8,2	6,8
Польща	36,3	24,2	8,8
Росія		34,0	21,1
Іспанія	5,3	3,1	2,3
Туреччина	4,3	5,4	4,5
Україна		19,8	18,7
Великобританія	6,5	6,6	6,0
США	18,2	23,3	18,0
Загалом у світі	266,6	327,3	324,2

Виробництво картоплі в Україні також майже не змінилось, але внаслідок зниження виробництва картоплі в інших країнах за останнє десятиріччя Україна випередила Польщу й США і посідає 4 сходинку серед країн-виробників картоплі у світі із часткою 6 % світового ринку.

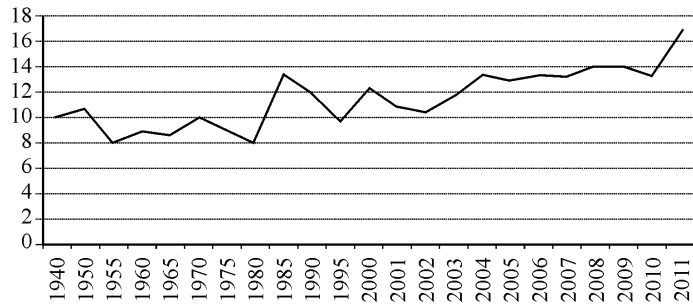


Рис. 1. Урожайність картоплі в Україні у 1940-2010 рр., т/га [2]

Основа проблема розвитку ринку картоплі в Україні – відсутність якісного посадкового матеріалу. На думку спеціалістів, застосування елітного насіння дасть змогу підвищити врожайність картоплі на 40 %, оскільки на цей час серед 20 найбільших країн-виробників овочів Україна посідає 18-те місце за рівнем урожайності. Попри те, урожайність картоплі в Україні зростає, і останні кілька років ми спостерігаємо пікові значення урожайності цієї культури (рис. 1).

Табл. 2. Урожайність картоплі за регіонами у 2010 р., т/га [2]

Регіон	Урожайність
Україна	13,2
Волинська	15,0
Закарпатська	14,1
Івано-Франківська	12,7
Львівська	13,3
Рівненська	15,5
Тернопільська	14,5
Хмельницька	16,1
Чернівецька	14,9

У всіх областях Західної України, окрім Івано-Франківської, спостерігаємо вищу урожайність картоплі, ніж у середньому по Україні (табл. 2). Найвищою є урожайність картоплі у Хмельницькій, Рівненській та Волинській областях. Природні умови північних областей Західної України і застосування прогресивних технологій вирощування картоплі та елітного насіння може довести її середню врожайність, за оцінками експертів, до 25 т/га.

Табл. 3. Виробництво картоплі за категоріями господарств, тис. т [2]

Рік	1990	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Сільськогосподарські підприємства											
Виробництво	4793	618	277	263	272	239	275	389	437	518	483
% ринку	29	4	1	1	1	1	1	2	2	3	3
Господарства населення											
Виробництво	11939	14111	19561	18190	20483	19223	19192	18713	19108	19148	18222
% ринку	71	96	99	99	99	99	99	98	98	97	97

У національному реєстрі є 144 сорти картоплі [3]. Більшість (52 %) мають українське походження, німецькі і голландські сорти займають 23 і 22 % ринку відповідно. У Західній Україні популярними є польські сорти картоплі.

У радянські часи Україна практично не мала власного обладнання для вирощування картоплі. Обладнання імпортували з Росії, Білорусі та Східної Німеччини. Коли Україна здобула незалежність, стало необхідним виробництво власного обладнання для садіння і збирання картоплі, особливо для невеликих ферм. Спершу виробництво такого обладнання було запроваджене у Львові та Тернополі. Пізніше, київська фірма "Бореке" у співпраці з лабораторією механізації Інституту картоплярства НААНУ розробила картоплезбиральне обладнання. Однак висока конкуренція і брак державної підтримки ускладнюють подальший розвиток сектору. Лише декілька компаній виготовляють спеціалізоване обладнання для вирощування картоплі: "Агрореммаш", "Роста", "Електромотор". Ці компанії пропонують дешеві одно- чи дворядкові картоплесаджальні і картоплезбиральні машини для маленьких ферм.

Усі великі фермери і промислові виробники картоплі використовують імпортне обладнання, попри його вищу ціну. Асортимент обладнання для виробників картоплі на українському ринку є дуже широким: починаючи від майже всіх європейських брендів, закінчуючи білоруським, польським, російським і китайським обладнанням.

Найпопулярнішим є обладнання німецької компанії "Grimme". Серед інших активних на українському ринку виробників обладнання зазначимо "APH Group", "Miedema", "WM Kartoffeltechnik", "Agronomic" та "Imac" [4].

У перші роки незалежності в Україні сільськогосподарські підприємства (на той час переважно колгоспи) займали порівняно велику частку ринків картоплі (табл. 3). Натомість до 2005 р. їх частка сильно зменшилася (внаслідок розвалу колгоспної системи). За останні 5 років частка дещо зросла, проте і надалі залишається невеликою, що призводить у більшості випадків до значної втрати врожаю внаслідок відсутності належної інфраструктури та розвинутої логістики.

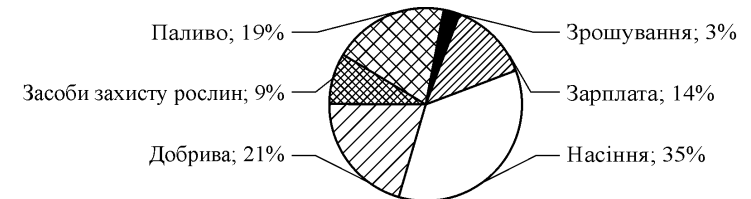


Рис. 2. Структура витрат під час вирощування картоплі

Основними компонентами виробничих витрат під час вирощування картоплі є насіння, добрива, паливо, зарплати, засоби захисту рослин та витрати на зрошення. Звичайно, пропорції цих витрат залежать від регіону, величини картопляного поля тощо. У середньому, найважливішим компонентом собівартості картоплі є вартість насіння (особливо, якщо використовують імпортне насіння). Також потрібно врахувати, що початкова вартість німецького чи голландського насіння може значно зрости внаслідок транспортних, митних витрат і ПДВ. Якщо імпортне насіння коштує 500-600 євро за тону, то кінцева ціна для українського фермера становитиме приблизно 850-950 євро за тону.

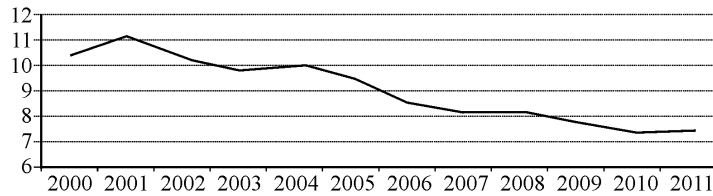


Рис. 3. Місячне споживання картоплі в Україні на 1 особу [2]

Як бачимо, середньостатистичний українець споживає щомісяця 7,7 кг картоплі (рис. 3). Причому, за останнє десятиріччя споживання картоплі знизилось, що відповідає загальносвітовим тенденціям.

Експорт – дуже перспективний канал збуту продукції для великих господарств, а також об'єднань фермерів. Питома вага цього каналу реалізації становить не більш 1 %, але експорт картоплі має потенціал, тому що українська продукція конкурентна за ціною, що є одним з головних аргументів при виборі постачальника. В умовах надвиробництва, що спостерігається в окремі роки, істотно збільшуються ризики зниження цін до рівня собівартості. Зменшити ці ризики можна за допомогою експорту. Сьогодні основними зовнішніми ринками для експорту сільськогосподарської продукції є країни колишнього СНД.

Як видно, переважно Україна експортує картоплю до Російської Федерації та Азербайджану, а імпортує з Нідерландів, Німеччини, Франції, Данії та Єгипту (табл. 4).

Табл. 4. Експорт та імпорт картоплі у 2011 р. [5]

Експорт		Імпорт		Основні країни	
тис. дол. США	т	тис. дол. США	т	експорту	імпорту
3449	11491	15658	23847	Азербайджан, Російська Федерація	Нідерланди, Німеччина, Франція, Данія, Єгипет

Питання виходу на зовнішній ринок тісно пов'язане з орієнтуванням на світові стандарти якості та норми безпеки продуктів харчування, тому потрібно проводити оцінювання потенційної якості картоплі та розробити норми безпеки і програму її сертифікації.

Упродовж останніх 10-15 років вирощування картоплі в Україні було ефективним і прибутковим бізнесом. Тому дедалі більше фермерів займаються вирощуванням картоплі. Проте технологія вирощування є доволі складною і дорогою. Вона потребує спеціального обладнання і кваліфікованих агрономів. З цієї причини багато початківців не можуть досягти планованого результату. З іншого боку, кількість професійних виробників картоплі постійно зростає, оскільки дедалі більше фермерів здобувають знання та досвід. Ринок пропонує значний вибір сортів та обладнання.

Однією із найбільших проблем вирощування картоплі в Україні є брак вологості. Середня температура повітря зростає, тоді як кількість дощів зменшується. Багато фермерів змушені використовувати зрошувальні системи. Для багатьох фермерів ціна нового обладнання із Західної Європи залишається дуже високою, і вони змушені обирати вживане обладнання або дешеві аналоги з Польщі чи Китаю.

Табл. 5. SWOT-аналіз ринку картоплі в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
Високий рівень споживання картоплі, що забезпечує великий попит. Сприятлива цінова ситуація, що робить вирощування картоплі прибутковим. Добрий вибір картопляних сортів від основних європейських продавців. Широкий вибір обладнання. Наявність професійної асоціації виробників картоплі.	Недостатня підтримка від уряду. Висока ціна імпортного насіння. Брак якісного українського насіння. Застарілі технології вирощування. Недостатня механізація ферм. Недостатність чи недоступність сховищ. Брак консультаційних центрів, які би надавали інформацію про сучасну практику вирощування, зберігання і маркетингу картоплі. Дорогі кредити.
Можливості	Загрози
Близькість до постсоціалістичних ринків забезпечує добру перспективу для експорту. Розвиток сегмента перероблення картоплі.	Нестабільні кліматичні умови: частіші і триваліші періоди спеки і засухи. Загроза надвиробництва, яка може спричинити зниження цін. Спроби уряду впливати на ринкові ціни. Складні процедури експорту та імпорту. Тиск із боку ритейлерів ¹ (затримки платежів).

Також одним із обмежуючих факторів розвитку ринку картоплі є брак доступних кредитів, тоді як початкові стадії вирощування картоплі: підготовка ґрунту, удобрення, насіння і садіння є затратними. Те саме стосується спорудження сховищ. Оскільки кредити є дорогими, а окупність сховищ – тривалою, фермери надають перевагу або продавати картоплю восени з поля, або оновлювати старі приміщення і встановлювати прості системи вентиляції, що впливає на якість картоплі, що зберігається.

Висновки. Вирощування картоплі на території України є прибутковим бізнесом, проте на ринку є багато проблем. Одна з найбільших проблем ефективного розвитку цього ринку пов'язана із структурою виробництва, у якій лише невелику частку займають сільськогосподарські підприємства. Натомість, урожайність, виробнича ефективність, якість продукції, якість зберігання та логістика можуть бути покращені лише в разі вирощування картоплі на сільськогосподарських підприємствах, оскільки домогосподарства населення не можуть цього забезпечити. Попри загальносвітове скорочення споживання картоплі, експортний потенціал українського ринку картоплі є значним завдяки близькості до потенційних ринків збуту країн колишнього СРСР. Проте цей потенціал може бути ефективно реалізований лише у разі полегшення митних процедур, впровадження сучасних технологій вирощування картоплі, механізації ферм, доступності картоплесховищ, наявності сільськогосподарських дорадчих центрів і доступності кредитів.

Література

1. Статистична база даних Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://faostat.fao.org/>.

¹ Рітейлер (від англ. retail) – фірма, яка торгує товаром у роздріб, а не оптом.

2. Держком. статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Аграрний тиждень. Україна. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://a7d.com.ua>.
4. Українська асоціація виробників картоплі. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.potatoclub.com.ua/>.
5. Державна митна служба України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/f11a/showstat>.

Максимук А.О. Перспективы развития рынка картофеля в Западной Украине

Проанализирована роль Украины на мировом рынке картофеля, исследованы показатели производства, урожайности, потребления, ценообразования и внешней торговли картофелем в отдельных областях Западной Украины. Проведен SWOT-анализ данного сегмента рынка и оценены перспективы дальнейшего развития.

Ключевые слова: рынок картофеля, SWOT-анализ, урожайность, Западная Украина.

Maksymuk A.O. Development prospects of potato market of Western Ukraine

The article analyzes production, crop capacity, consumption, price-setting and foreign trade indicators of Western Ukrainian potato market. It also contains SWOT-analysis of this segment and forecasts perspectives of further development.

Keywords: potato market, SWOT-analysis, crop capacity, Western Ukraine.

УДК 334.716:658.589 *Аспір. О.Б. Мусійовська*¹ – НУ "Львівська політехніка"

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто існуючі теоретичні підходи щодо розуміння та трактування поняття "інноваційна сприйнятливість підприємства". Визначено основні відмінності у поглядах науковців на сутність цього поняття. На основі проведених досліджень запропоновано авторське трактування терміна "інноваційна сприйнятливість підприємства".

Ключові слова: підприємство, інновація, інноваційна сприйнятливість, інноваційна активність, поняття, трактування.

Постановка проблеми дослідження. Успішне функціонування вітчизняних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки безпосередньо залежить від рівня їх інноваційної активності. Проте лише 13,8 % промислових підприємств України у 2010 р. були інноваційно активними. Незважаючи на незначне підвищення цього показника у 2012 р. (до 17,4 %), рівень інноваційної активності українських підприємств залишається вкрай низьким порівняно з провідними європейськими країнами [1]. Низький рівень інноваційної активності українських підприємств пов'язаний не лише з відсутністю фінансового забезпечення інноваційного розвитку, недосконалістю законодавчо-нормативної бази у сфері інновацій та високим рівнем ризиків в інноваційній діяльності, але й з відсутністю навиків в управлінні цією діяльністю.

Формування ефективної системи управління інноваційною діяльністю підприємства як одним з ключових факторів забезпечення його конкурентоспроможності може здійснюватись лише на відповідних методологічних засадах щодо управління здатністю господарюючого суб'єкта до залучення та впровадження нововведень. Важливе значення при цьому набуває питання оцінювання

рівня інноваційної сприйнятливості підприємства, що потребує попереднього тлумачення сутності цього поняття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні дослідження інноваційної сприйнятливості висвітлені в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: І.В. Алексєєва, І.В. Багрової, Т.П. Близнюк, Д.С. Бутенко, О.А. Владимирової, Н.В. Краснокутської, А.О. Литвиненко, Н.П. Масленникової, Л.В. Синиці, І.С. Степанова, О.М. Ястремської та ін. При цьому більшість науковців у своїх дослідженнях розглядають інноваційну сприйнятливість економіки чи регіону, тоді як на рівні підприємств дана проблема є недостатньо дослідженою. Стосовно дослідження сутності поняття "інноваційна сприйнятливість підприємства", то підходи різних науковців до його тлумачення істотно відрізняються, що потребує їх систематизації та пошуку такого способу трактування цього терміна, який би найбільшою мірою характеризував цю властивість господарюючого суб'єкта.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження існуючих теоретико-методологічних підходів щодо визначення сутності поняття "інноваційна сприйнятливість підприємства" та формування авторського погляду на його трактування.

Виклад основного матеріалу. Дослідження наукових праць, у яких йдеться про проблеми інноваційного розвитку, свідчить про те, що термін "інноваційна сприйнятливість" вчені вживають досить часто. При цьому науковці застосовують також і інші назви, які можна вважати синонімами цього терміна, зокрема, досить поширеними є поняття "сприйнятливість підприємства до інновацій та нововведень", "прийнятність інновацій", "інновативність", "інноваційна спроможність".

Науковці І.Р. Бузько, Е.В. Вартанова і А.А. Голубенко у праці [2] використовують поняття "сприйнятливості підприємства до інновацій", яке розглядають як спонукальний мотив до нововведень. Тому підприємство, яке є сприйнятливим до інноваційного розвитку, на їхній погляд, повинно характеризуватися: наявністю умов для самостійного проведення фундаментальних і прикладних наукових досліджень; можливістю впровадження у виробництво і масовий випуск розробленої продукції; організаційним, кадровим і фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності; наявністю збутових можливостей для просування нового продукту на ринок і подальшого закріплення на ньому; доступністю науково-технічної інформації і можливістю її використання в інноваційному процесі. Проте О.М. Ястремська у роботі [3] пропонує розуміти сприйнятливості не як спонукальний мотив до нововведень, що, на її переконання, зводить до сутності цього поняття і не повністю відповідає його природі, а як властивість підприємства, зумовлену сукупністю його готовності, внутрішніх організаційно-структурних взаємозв'язків та організаційно-культурних взаємовідносин персоналу забезпечувати впровадження соціально-економічних здобутків. Згідно із запропонованим визначенням, сприйнятливості ґрунтується на трьох складових: готовності, організаційно-структурних взаємозв'язках та організаційно-культурних взаємовідносинах працівників підприємства, які є спорідненими, але характеризують явища різної природи: готовність має орга-

¹ Наук. керівник: проф. В.В. Козик, канд. екон. наук