

# Особливості продукції овочівництва як передумова інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в овочепродуктовому підкомплексі

У статті досліджуються особливості продукції овочівництва, що обумовлюють специфіку овочепродуктового підкомплексу, мають вплив на процес інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств. Автором визначено та згруповано особливості овочевої продукції та продуктів переробки, що дасть змогу доцільніше визначити специфіку інформаційного забезпечення маркетингової діяльності саме на підприємствах овочепродуктового підкомплексу.

**Ключові слова:** інформаційне забезпечення маркетингової діяльності, овочепродуктовий підкомплекс, особливості продукції овочівництва, специфіка овочепродуктового підкомплексу.

В статье исследуются особенности продукции овощеводства, которые обуславливают специфику овощепродуктового подкомплекса, влияют на процесс информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятий. Автором определены и сгруппированы особенности продукции овощеводства и продуктов переработки, что даст возможность точнее определить специфику информационного обеспечения маркетинговой деятельности именно на предприятиях овощепродуктового подкомплекса.

**Ключевые слова:** информационное обеспечение маркетинговой деятельности, овощепродуктовый подкомплекс, особенности продукции овощеводства, специфика овощепродуктового подкомплекса.

*This paper investigates the features vegetable and grocery subcomplex and its specificity that has an impact on the process of information providing marketing activity. The author identified and grouped classification features vegetables and processed products that will help better define the specific information support marketing activities in enterprises with vegetable-grocery subcomplex.*

**Постановка проблеми.** Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності на підприємствах овочепродуктового підкомплексу має вузьку специфіку та особливості. Воно суттєво відрізняється від процесу інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в інших сферах діяльності підприємств. Врахування цих особливостей є гостро необхідним для вірного розуміння процесу інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств овочепродуктового підкомплексу та для подальшого дослідження цієї теми.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Проблемами визначення специфіки та класифікації особливостей продукції овочепродуктового підкомплексу займалися провідні вчені, такі як Г.І. Тараканов, В.Д. Мухін, К.А. Шуїн, Г. Круг, Н.І. Вавілов та ін. [1, 2]. Вони у своїх дослідженнях виклали особливості овочевої продукції, групуючи їх за різними ознаками в залежності від ботанічної природи, способу використання, сорту та ін. Але їхня класифікація являє собою тільки перелік даних, характерних для продукції овочівництва, та, на наш погляд, потребує групування, що дасть змогу правильно врахувати особливості овочевої продукції в процесі інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства.

**Метою статті** є визначення особливостей продукції овочепродуктового підкомплексу, що впливають на процес інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, зведення та групування овочевої продукції для подальшого коригування процесу інформаційного забезпечення маркетингової діяльності згідно визначених особливостей.

**Виклад основного матеріалу.** Овочепродуктовий підкомплекс включає в себе весь цикл – починаючи від виробництва продукції, переробки, зберігання закінчуючи реалізацією. Виходячи з цього маємо великий перелік елементів овочепродуктового підкомплексу, специфіка діяльності яких в сукупності та кожного окремо має бути врахована при дослідженні будь-якого процесу діяльності підкомплексу. На наш погляд, це особливо важливо при дослідженні інформаційного забезпечення маркетингової діяльності овочепродуктового підкомплексу, оскільки кожна з особливостей підкомплексу має прямий вплив на його інформаційне забезпечення, що суттєво відрізняє від інформаційного забезпечення маркетингової діяльності інших галузей. Детальне дослідження особливостей продукції аналізованого підкомплексу надасть можливість сфокусуватися на специфіці інформаційного забезпечення маркетингової діяльності та чітко, з найменшою помилкою визначити шляхи його вдосконалення.

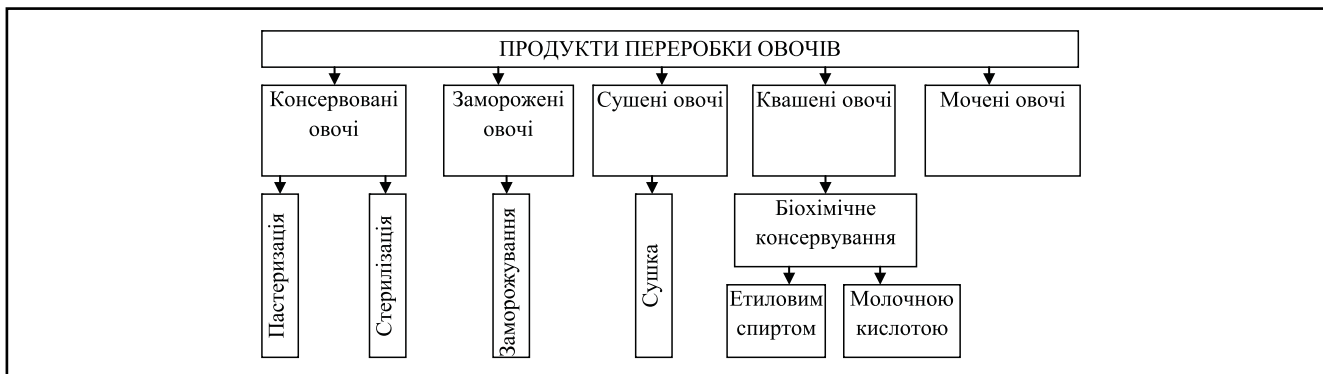
Для початку пропонуємо упорядкувати та з'ясувати особливості продукції овочівництва. Це виявляється непростим завданням, оскільки основною особливістю досліджуваної продукції є те, що овочі мають дуже широкий спектр параметрів класифікації. Вони поділяються за видами, сортами, призначенням, способом обробки та вживання та багатьма іншими параметрами. Велика кількість провідних вчених

**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Зведена класифікація овочевої продукції**

		<b>Параметр класифікації</b>
<b>група овочів згідно з класифікацією</b>		<b>овочеві культури</b>
<b>I. Ботанічна класифікація</b>		
<b>Дводольні</b>		
1	Капустяні (хрестоквіткові)	Капуста кочанна, савойська, брюссельська, кольорова, броколі, листова, пекинська, бруква, репа, редис, редька, хрін, крес-салат, салатна гірчиця
2	Пасльонові	Томат, баклажан, перець, фізаліс, картопля
3	Сельдерейні (зонтичні)	Любисток, морква, петрушка, пастернак, селера, укріп, фенхель
4	Айстрові (складно квіткові)	Салат, салатний цикорій, вівсяний корінь, скорцонера, естрагон, топінамбур, артишок, кардон
5	Бобові	Боби овочеві, горох овочевий, квасоля овочева
6	Бурячникові	Огіркова трава
7	В'юнкові	Батат
8	Гречичні	Ревінь, щавель
9	Мареві	Буряк столовий, мангольд, шпинат
10	Гарбузові	Огірок, диня, кавун, гарбуз, кабачок, патисон, чайот
11	Ясноткові	Базилік, майоран, м'ята перцева, душиця, змієголовник, іссоп, тим'ян, чабер однолітній
<b>Однодольні</b>		
1	Цибулинні	Цибуля (ріпчастий, шалот, порец, батун, багаторусний, шніт), часник
2	Спаржеві	Спаржа
3	М'ятликові (злакові)	Кукурудза цукрова
<b>II. Вегетативні</b>		
1	Бульбоплоди	Топінамбур (земляна груша), батат (солodka картопля)
2	Коренеплоди	Типу моркви: морква, петрушка, селера, пастернак; типу буряка: буряки столові; типу редьки: редис, редька, репа, бруква
3	Капустні	Кочанні: капуста білокачанна и червонокочанна, брюссельська, савойська; квіткові: кольорова, броколі; стеблоподібні: кольрабі
4	Цибулинні	Цибулинні: цибуля, часник; зелена цибуля: порей, батун, слизун, шалот, шнітт, запашна, багаторусна, черемша
5	Салатно-шпинатні	Пресні салати: листовий, качаний салат, салат-ромен, пекинська капуста; гіркі салати: індивий, ескаріол, крес-салат, листова гірчиця; шпинатні: щавель, шпинат, мангольд, кропива та ін.
6	Пряно-вкусові	Кореневищні: хрін, катран; листові: укріп, фенхель, коріандр, естрагон, м'ята, меліса, чабер, базилік, майоран та інш.
7	Десертні	Ревінь, спаржа, артишок
<b>III. За вимогами до вирощування</b>		
1	Вимогливі до агротехнічних заходів	Рання морква, салати, огірки, рання капуста
2	Невимогливі до агротехнічних заходів	Пізня кочанна капуста, пізня кольрабі, пізня морква, селера, буряк столовий
<b>IV. За способом використання</b>		
1	У свіжому вигляді	Капуста «Номер Перший Грибовський 147», «Червнева», морква «Ред Кор»
2	Промислові (зберігання та переробка)	Капуста, морква, буряки, огірки, томати та ін. сортів придатних для зберігання та переробки
<b>V. За рівнем факторів росту</b>		
1	Холодостійкі	Буряки, морква, пізня капуста та ін.
2	Теплолюбиві	Огірок, томат, перець, квасоля, баклажан, редис, кольрабі, капуста цвітна, броколі, селера
<b>VI. За терміном збирання врожаю</b>		
1	Одноразове збирання	Морква пізня, буряк, шпинат, крес-салат, капуста пізня
2	Подовжений термін збирання	Квасоля, спаржа, багаторічна цибуля, горох, кріп, огірки, помідори, перець солодкий, перець гіркий, капуста брюссельська, баклажани, кабачки, патисони
3	Багаторазове збирання	Петрушка, селера листова, щавель, ревінь
<b>VII. За періодом вегетації</b>		
1	Короткий	Салат кочаний, салат листовий, шпинат, редис, щавель
2	Середній	Кабачки, огірки, помідори ранніх сортів, морква ранніх сортів, капуста білоголова середньостиглих сортів
3	Тривалий	Буряки столові пізніх сортів, редька зимова, капуста білоголова пізня, морква столова
<b>VIII. За життєвим циклом рослини</b>		
1	Однорічні	Помідор, огірок, баклажан, перець, кабачок, патисон, цукіні, гарбуз, кавун, диня, артишок, а також салат, шпинат, листова гірчиця, крес-салат, кріп, редис, кольорова і пекинська капуста, броколі
2	Дворічні	Морква, буряк столовий, петрушка, селера, пастернак, цибуля ріпчаста, цибуля порей
3	Багаторічні	Ревінь, щавель, хрін, спаржа, цибуля батун, цибуля шніт, артишок, топінамбур
<b>IX. За рівнем прогнозування врожаю</b>		
1	Прогнозовані	Буряки, морква, пізня капуста, кабачок, гарбуз, хрін, цибуля, топінамбур
2	Важко прогнозовані	Солодкий перець, огірок, помідор, салат листковий, редис, баклажан, кольрабі, капуста цвітна, броколі, селера

*Розроблено за матеріалами [1, с. 18–21; 2, с. 14–17] та власним аналізом овочевих культур автора.*



**Класифікація продуктів переробки овочів**

намагалися класифікувати продукцію овочівництва та визначити її особливості. Але весь перелік наведених класифікацій та ознак не є згрупованим, що не дає можливості оцінити та використати особливості овочевої продукції в сукупності для подальшого їх дослідження. Пропонуємо власну зведену класифікацію овочевих культур, що, на наш погляд, надасть змогу здійснити комплексне відображення особливостей підкомплексу (див. табл.).

Ще однією вагомою особливістю овочевої продукції є те, що не вся продукція збирається в дозрілому вигляді, частина продукції збирається на етапі активного росту та обміну речовин, в результаті чого знижується якість продукції. Це обумовлено необхідністю транспортування та зберігання продукції, що швидко псується, для збереження її товарного вигляду.

Зберігання овочів, з одного боку, пов'язане з досить великими витратами, а з іншого – суттєво впливає на якісні показники, тому для безперервного забезпечення ринку овочів необхідно вирощувати овочеву продукцію відповідного набору культур у різні строки і на невеликих площах.

Суттєвою особливістю є виробництво овочевої продукції до певного строку, це стосується підприємств промислового овочівництва, що вирощують свою продукцію на великих площах та застосовують безперервний спосіб збирання врожаю і переробки (наприклад, виробництво стручкової квасолі та гороху). Але це не так важливо в тих випадках, коли збирання відбувається поступово, або мають довгий термін зберігання (наприклад, пізня капуста).

Виробники змушені оптимізувати посівні площі для вирощування овочів, враховуючи кліматичні зони, вологість повітря, родючість ґрунту та ін. Це зумовлено вимогами ринку щодо поставок продукції постійно протягом усього року.

Крім того, останнім часом велика частина виробників займається вирощуванням овочів у парниках та теплицях зі штучним освітленням і обігрівом, автоматизованим регулюванням рівня вологості, хімічного складу повітря, підживленням мінеральними та органічними добривами та зрошенням і навіть використанням штучного ґрунту. Це дозволяє виробляти нетипову овочеву продукцію для даної кліматичної зони, що дає змогу розширити асортимент продукції на ринку за рахунок таких культур, як спаржа, артишок.

Існує велике розмаїття способів та технологічних прийомів вирощування овочів. Залежно від обраного способу та типу в значній мірі буде залежати форма здійснення маркетингової діяльності, та саме її інформаційне забезпечення. Таким чином вважаємо за потрібне брати до уваги наступну класифікацію овочевих культур за способом вирощування: овочівництво відкритого ґрунту та овочівництво закритого ґрунту.

Для комплексного визначення особливостей овочепродуктового підкомплексу вважаємо за необхідне викласти графічно класифікацію продуктів переробки продукції овочівництва (див. рис.).

Досить велика кількість способів переробки продукції овочівництва, вибір способу переробки та відповідна орієнтація підприємства диктується сучасними потребами ринку, тобто підприємство–виробник має бути достатньо гнучким для вчасного адаптування до вимог покупця та задовольняти його потреб у повній мірі. Це прямо залежить від якості інформаційного забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві, тому наскільки якісно воно буде проведено, настільки ж швидко і вдало підприємство зможе збільшувати обсяги реалізації овочевої продукції та продуктів переробки.

Також необхідно відмітити трейдерів як вагому ланку в досліджуваному ланцюгу виробництва і переробки овочів. Для них врахування строків вирощування, зберігання, сортовості та інших особливостей овочевої продукції та продуктів її переробки є дуже важливим, тому що, знехтувавши хоча б одним із специфічних факторів, трейдери ризикують отримати збиток. Це свідчить про те, що особливості овочевої продукції мають великий вплив на всі ланки овочепродуктового підкомплексу та суттєво відрізняють процес інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в галузі овочівництва і продуктів переробки від інших галузей сільського господарства.

### Висновки

Із вищевикладеного матеріалу можемо зробити такий висновок. Продукція овочепродуктового підкомплексу має багаторівневу та широко розвинену структуру власних особливостей, які неможливо не враховувати при дослідженні функціонування ринку овочепродуктового підкомплексу в цілому, та конкретно процесу інформаційного забезпечення його маркетингової діяльності. Важливим, на наш погляд, є

врахування всіх особливостей в комплексі шляхом групування для коректного проведення інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. Тому вважаємо за необхідне рекомендувати використання власно створеного групування особливих ознак овочепродуктового підкомплексу для здійснення процесу інформаційного забезпечення маркетингової діяльності для всіх підприємств досліджуваної галузі. Це дасть змогу адаптувати уніфікований процес інформаційного забезпечення саме до овочепродуктового підкомплексу та внаслідок цього значно збільшить його ефек-

тивність, що позитивно вплине на ефективність функціонування підприємств досліджуваної галузі в цілому.

#### Список використаних джерел

1. Круг Г. Овощеводство / Пер. с нем. В.И. Леунова. – М.: Колос, 2000. – 576 с.: ил. – 472 с.: ил. – (Учебники и учеб. Пособия для студентов высш. учеб. заведений).
2. Овощеводство / Г.И. Тараканов, В.Д. Мухин, К.А. Шуин и др. Под ред. Г.И. Тараканова и В.Д. Мухина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Колос, 2002.

А.Ю. ЖОЛНЕРЧИК,  
к.е.н., ст. викладач кафедри фінансів підприємств, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана,  
І.О. ДОБРОВОЛЬСЬКА,  
студентка п'ятого курсу фінансово-економічного факультету,  
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

## Теоретико-методологічні аспекти фінансового стану підприємства

*Відображено і проаналізовано різні підходи до визначення поняття «фінансовий стан підприємства» зарубіжними та вітчизняними авторами. Сформовано власне визначення даного поняття, а також висвітлено бачення етапів проведення оцінки фінансового стану підприємств України.*

**Ключові слова:** фінансовий стан підприємства, аналіз фінансового стану, етапи оцінки фінансового стану.

*Отражены и проанализированы разные подходы к определению понятия «финансовое состояние предприятия» зарубежных и отечественных авторов. Сформировано собственное определение данного понятия, а также продемонстрировано видение этапов проведения оценки финансового состояния предприятий Украины.*

**Ключевые слова:** финансовое состояние предприятия, анализ финансового состояния, этапы проведения оценки финансового состояния.

*Different approaches to the definition of the «financial condition» expressed by foreign and domestic authors are analyzed and represented. Personal definition of this concept as well as vision of the stages of the financial condition's assessment process of the enterprises in Ukraine are shown here.*

**Keywords:** the financial condition, analysis of the financial condition, the stages of the financial condition's assessment process.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах господарювання діяльність та майбутнє будь-якого підприємства залежить від його фінансового стану, тому актуальність досліджень у сфері розуміння даного поняття та методик його оцінки завжди були, є і будуть на першому плані у науковців.

Проблематика даного дослідження пов'язана з відсутністю єдиного підходу до розуміння поняття «фінансовий стан», а також методик його оцінки в Україні, що породжує ряд суперечностей при здійсненні аналізу та трактуванні отриманих результатів фінансового стану вітчизняних підприємств. Окрім того, нездатність правильно оцінити фінансовий стан призводить до створення серйозних перешкод для здійснення ефективної діяльності будь-якого підприємства України, адже фактично воно не може оцінити свій потенціал до розвитку або не здатне вчасно визначити наявні загрози та вжити заходи щодо їхнього усунення. Саме тому, на нашу думку, дуже важливою є розробка єдиного підходу до розуміння поняття «фінансовий стан» та методик його оцінки.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Вирішенню цього питання присвятили свої роботи відомі українські та зарубіжні науковці. Серед вітчизняних виділимо А.В. Агатова, М.Д. Білик, Н.І. Верхоглядова, А.М. Поддєрьогіна, А.М. Турило, Ю.С. Цал-Цалко та ін. Щодо іноземних науковців, то даним питанням займалися В.Г. Белоліпецький, А.Б. Борисов, Г.П. Герасименко, В.А. Забродський, Н.А. Кизим, М.Н. Крейніна, Е.А. Макар'ян, С.Е. Макар'ян, Г.Б. Поляк, В.М. Родіонова, Г.В. Савицька та інші.

**Мета статті.** Дослідити визначення фінансового стану, подане різними авторами, і на основі такого аналізу дати власне визначення даному поняттю. Розглянути основні методики оцінки фінансового стану підприємств та виробити власний підхід до комплексної оцінки фінансово-господарської діяльності вітчизняного підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Фінансовий стан сучасного суб'єкта економічної діяльності поняття достатньо суперечливе. Загалом, сутність економічної категорії «фінансовий стан підприємства» розглядається як результат