

процесов. Однак реструктуризація підприємства, так і реінжиніринг його бізнес-процесов (одного або декількох, основних або допоміжних) являються інструментами його ефективної і конкурентоспроможної діяльності.

**Висновки.** Таким чином, в результаті проведеного дослідження можна відзначити:

- проведене дослідження показало неоднозначність підходів до визначення сутності категорії «реструктуризація підприємства» і «реінжиніринг бізнес-процесов підприємства»;
- результати дослідження підтверджують необхідність реструктуризації промислових підприємств не тільки як інструмент підвищення конкурентоспроможності, а скоріше її збереження на внутрішньому ринку і для захисту від експансії іноземних товаропроизводителів, застосування комплексу заходів якої дозволить адаптувати промислові підприємства до нових умов зовнішньої і внутрішньої середовища під впливом глобалізаційних процесов в економіці України;
- реструктуризація підприємства являється більш широким способом перетворення підприємства з метою збереження і підвищення ефективності діяльності підприємства і її конкурентоспроможності, в порізняк від реінжиніринга, який може бути як способом проведення реструктуризації (одним з заходів), так і його здійснення може призвести до зміни організаційної структури всередині кардинально змінюваного процесу.

### Література

1. Україна і ВТО / Міністерство промислової політики, транспорту, зв'язу, теплової енергетичного комплексу Автономної республіки Крим. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.minindustry.crimea-portal.gov.ua/rus/index.php>.
2. Ковалев А.І. Управління реструктуризацією підприємства / Ковалев А.І. – К. : АВРІО, 2006. – 367 с.
3. Шлафман Н.Л. Механізми регулювання розвитку підприємницького сектору : [монографія] / Н.Л. Шлафман. – Херсон : ХНТУ, ІПРЕЕД НАН України, 2010. – 284 с.
4. Красноручський О.О. Проблеми реалізації сучасної доктрини розвитку агропромислового комплексу / О.О. Красноручський // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації: зб. тез доповідей шостої Міжнарод. наук.-практ. конф. молодих вчених: ч. 1. – Тернопіль : Екон. думка, 2009. – С. 225–226.
5. Статистические данные о внешнеэкономической деятельности Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Country=UA&Language=F>.
6. Клішейко А.В. Реінжиніринг та організаційно-управлінські заходи з реструктуризації підприємств / А.В. Клішейко, А.І. Ковалев // Вісник соціально-економічних досліджень, ОДЕУ. – Вип. 25. – 2007. – С. 160–165.
7. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств : [монографія / заг. ред. Л.М. Таранюка]. – Суми : Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1» ТОВ, 2010. – 440 с.

Надійшла 16.08.2011

УДК 339.5:338.43:638.1(477)

О. М. ЯЦЕНКО

Житомирський національний агроєкологічний університет

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ БДЖІЛЬНИЦТВА НА СВІТОВОМУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

*Підвищення вимог до конкуренції на світовому агропродовольчому ринку посилює увагу до проблеми оцінювання міжнародної конкурентоспроможності аграрних секторів окремих країн та регіонів. У статті розглядається актуальна тема оцінки конкурентоспроможності експортованої агропродовольчої продукції на світовому ринку шляхом розрахунку індексів відносних порівняльних переваг RCA (Relative Comparative Advantage Index) та RSCA, що є симетричною трансформацією RCA і дозволяє визначити перспективні ринки збуту регіонального продовольства.*

*The rise in competition requirements at the world agricultural and food market strengthens the attention to the problem of evaluating international competitiveness of agrarian sectors of some countries and regions. The paper deals with the estimation competitiveness of exported agricultural and food products at the world market through the calculation of indexes RCA (Relative Comparative Advantage) and RSCA, the latter being the symmetric transformation of RCA and allowing to determine promising markets of regional foodstuffs sale.*

*Ключові слова:* економічна безпека, промислові підприємства, обліково-аналітичне забезпечення.

**Вступ.** Трансформація ринкових відносин між суб'єктами господарювання у вітчизняному аграрному секторі, підвищення конкурентоспроможності і ефективності агропромислового виробництва безпосередньо пов'язані із розвитком зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією. Місце України на глобальному продовольчому ринку буде визначатися кількістю експортоорієнтованих галузей та обсягом і

вартістю їх продукції. У цьому контексті особливої уваги заслуговують реальні і потенційні експорторієнтовані галузі сільського господарства, зокрема, бджільництво, оскільки Україна входить у четвірку найбільших виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання цього продукту. Досягнення стабільних доходів від експорту сільськогосподарської сировини і продовольчої продукції потребує постійного моніторингу агропродовольчих ринків та системної і ефективної діагностики конкурентоспроможності експортованих груп товарів на світовому ринку. В цих умовах зростає роль оцінки конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва на зовнішніх ринках. Ці положення викликають науковий інтерес і обумовлюють вибір напряму дослідження.

Метою дослідження є оцінка конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва на світовому агропродовольчому ринку. Об'єктом дослідження виступає процес формування на світовому ринку порівняльних переваг вітчизняної продукції бджільництва. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів конкурентоспроможності бджільництва.

У процесі дослідження використані загальні і спеціальні економічні методи: індукції і дедукції, абстракції, узагальнення, системного підходу до явищ, що вивчаються, а також розрахунково-конструктивний та ін. Для теоретичного обґрунтування зовнішньоекономічних проблем вітчизняної продукції бджільництва на світовому агропродовольчому ринку використаний абстрактно-логічний метод. За допомогою статистично-економічного методу були проаналізовані основні результати дослідження та визначено конкурентоспроможний рівень вітчизняної продукції бджільництва на світовому ринку.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Пропозиції щодо проведення структурних перетворень в економіці лише за рахунок зовнішніх позичок безпідставні. Підтвердженням цьому може стати думка вітчизняних науковців: Андрійчука В., Білика Б., Бураковського І., Титаренка В., Крсдісова А., Мірошніченка І. та інших, які зазначають, що відродження національної економіки має починатися, в першу чергу з агропромислового комплексу, адже саме тут – джерело внутрішніх накопичень. Такої думки дотримуються і зарубіжні науковці, такі як Киресв А., Фон Крамон-Таубадель Ш., Мьоллерс Ф., Хоффман Л., Штріве Л. та ін. Дослідження питань, які стосуються зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, знайшли відображення в працях Білоруса О., Будкіна В., Власова В., Губенка В., Дем'яненка С., Зінчук Т., Кваши С. та ін.

**Постановка завдання.** Вплив зовнішнього конкурентного середовища стає визначальним для суб'єктів господарювання, а глобальна взаємозалежність і комплементарність всіх секторів національних економік, в т. ч. аграрного, котра охопила та видозмінює політичні, економічні, соціальні і екологічні умови розвитку має безпосередній вплив і на Україну. Однією із ключових детермінант успіху стане структурна трансформація експортно-імпортного потенціалу зі стратегічною визначеністю на експорт конкурентоздатної агропродовольчої продукції і зайняті вітчизняними товаровиробниками відповідні «ніші» на світовому ринку. *Основним завданням дослідження* виступає оцінка конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва на світовому агропродовольчому ринку із метою розробки і обґрунтування теоретико-методологічних засад та науково-практичних рекомендацій щодо формування пріоритетів, стратегічних напрямів зростання конкурентоспроможності продукції бджільництва на зовнішньому ринку в умовах глобалізації економіки.

**Результати досліджень.** Підвищення вимог до конкуренції на світовому агропродовольчому ринку посилює увагу до проблеми оцінювання міжнародної конкурентоспроможності аграрних секторів окремих країн. Спеціалізація регіональної торгівлі і динаміка зовнішньоторговельного обороту аграрною і продовольчою продукцією з країнами світу дає можливість провести аналіз порівняльних переваг вітчизняної продукції бджільництва на міжнародному ринку. Оскільки конкурентоспроможність є відносною категорією, то показники, що базуються на абсолютних величинах таких, як частка ринку, обсяг експорту та ін., надають недостатньо інформації про конкурентну позицію галузі або товару в національній економіці. Більш інформативними є показники, що ґрунтуються на порівнянні одного іменного сектора з іншими. Серед показників, які найчастіше використовуються зарубіжними вченими, варто виділити індекс відносних порівняльних переваг *RCA* (Relative Comparative Advantage Index), індекс відносної експортної конкурентоспроможності *RXA* (Relative Export Advantage Index), індекс відносної залежності від імпорту *RMP* (Relative Import Penetration Index), індекс відносних торговельних переваг *RTA* (Relative Trade Advantage Index) та *RSCA*. З цією метою використовуються емпіричні методи оцінювання індексів порівняльних переваг *RCA*, *RTA*, *RXA* та *RMP*, що базуються на класичному індексі В. Balassa, а також індексі *RSCA*, що є симетричною трансформацією *RCA* [1, 2].

Наявні показники міжнародної конкурентоспроможності аграрного виробництва залежно від методології їх розрахунку можна об'єднати у дві групи. До першої належать показники, що дозволяють визначити конкурентоспроможність продовольства і сільськогосподарської сировини певної країни або її аграрного сектора в цілому на світовому ринку в минулому і ґрунтуються на використанні статистичних даних щодо вартості зовнішньої торгівлі за окремими видами продукції. До другої групи належать показники, що ґрунтуються на зіставленні витрат виробництва окремих видів продукції.

Індекс відносних порівняльних переваг *RCA* та індекс відносної експортної конкурентоспроможності *RXA* по суті описують один процес, їх можна визначити за формулою [3-6]:

$$RCA = RXA = \frac{X_{ij} / \sum_n X_{nj}}{\sum_k X_{ik} / \sum_n \sum_k X_{nk}}, \quad (1)$$

за умови, що  $n \neq i$ ,  $k \neq j$ , дане обмеження відрізняє цей індекс від  $RCA$ , де  $X$  – експорт,  $i$  – країна,  $j$  – товар,  $n$  – сукупність країн,  $k$  – сукупність товарів. Значення індексу знаходиться в межах  $[0; +\infty]$ . Галузь, в експорті продукції якої спеціалізується країна, характеризується значенням більшим 1, а значення між 0 та 1 свідчать про відсутність переваг. Відмінність індексу  $RXA$  зводиться до того, що він відрізняється від оригінального  $RCA$  тим, що не враховує однакові країни й товари в чисельнику і в знаменнику.

Індекс фактичних порівняльних переваг певної країни за конкретною товарною групою визначається за формулою.

$$RCA = \frac{(X_{ij} - M_{ij})}{[T_{ik}(T_{jw} / T_{kw})]}, \quad (2)$$

де  $X$  – експорт,  $M$  – імпорт,  $i$  – країна,  $j$  – товар,  $n$  – сукупність країн,  $k$  – сукупність товарів  $W$ .

Індекс відносної залежності від імпорту є дуже подібним до індексу  $RXA$ , з тією лише різницею, що в даному випадку до уваги береться імпорт, який позначається  $M$ :

$$RMP = \frac{M_{ij} / \sum_n M_{nj}}{\sum_k M_{ik} / \sum_n \sum_k M_{nk}}, \quad (3)$$

за умови, що  $n \neq i$ ,  $k \neq j$ .

Якщо значення індексу  $RMP$  є більшим від 1, то залежність від імпорту висока, інакше кажучи мають місце конкурентні невігоди, якщо ж меншим від 1, то залежність низька, або інакше спостерігаються порівняльні конкурентні переваги. Однак варто зауважити, що індекс  $RMP$  часто є ілюзорним, оскільки його значення може бути істотно викривленим внаслідок захисту внутрішнього ринку. При існуванні заборони на імпорт або низькому рівні імпортного мита цей показник відображатиме високий рівень конкурентних переваг, тоді як справедливим може бути протилежне. Подібний недолік є притаманним також індексові  $RXA$ . Якщо, наприклад, регіон є лише транзитним для певних видів товару, то цей індекс може відображати високий рівень конкурентних переваг, що не відповідатиме дійсності. З цієї точки зору, важливо враховувати індекс відносних торговельних переваг  $RTA$ . При розрахунку індексу відносних торговельних переваг до уваги одночасно беруться показники експорту та імпорту певного товару.

$$RTA = RXA_{ij} - RMP_{ij}, \quad (4)$$

де  $RXA$  – індекс відносної експортної конкурентоспроможності  $j$ -го товару в  $i$ -й країні та  $RMP$  індекс відносної залежності від імпорту  $RMP$   $j$ -го товару в  $i$ -й країні.

Додатне значення цього показника вказує на відносні конкурентні переваги у зовнішній торгівлі, а від'ємне – на відносні конкурентні невігоди.

Проте за практичного використання всіх трьох індексів виникають численні проблеми. Мінімальні значення індексів  $RXA$  і  $RMP$  обмежено нулем, тоді як максимальні – не обмежено взагалі. Індекс  $RTA$  може бути як додатним, так і від'ємним, відображаючи наявність або відсутність конкурентних переваг, при цьому його мінімальне та максимальне значення також не обмежено. Водночас якби ці індекси мали граничні значення то це полегшило б їх інтерпретацію, оскільки в такому випадку можна було б точніше встановити міру наявності або відсутності конкурентних переваг.

Проблема інтерпретації значень індексів виникає внаслідок того, що індекси асиметричні. Тому при середньому арифметичному значенні індексу, яке перевищує його медіану, розподіл функції щільності вірогідності зміщено управо. Це означає, що зміни в секціях з великими значеннями  $RCA$  будуть перебільшені при аналізі динаміки порівняльних переваг [7]. Для вирішення цієї проблеми пропонують використовувати симетричний індекс виявлення порівняльних переваг  $RSCA$ , який визначається:

$$RSCA = (RCA - 1)(RCA + 1). \quad (5)$$

Нижня межа індексу – (-1), верхня – (1). Від'ємні значення свідчать про відсутність переваг, додатні ж представляють продукцію, в зовнішній торгівлі якою спеціалізується певна країна.

Динаміка порівняльних переваг визначається за допомогою аналізу стабільності індексу *RSCA* за матрицею перехідних ймовірностей Маркова [8]. Значення індексу *RCA* можна поділити на чотири групи: *A*, *B*, *C* та *D*. Група “*A*” ( $0 < RCA \leq 1$ ) означає, що в зовнішньоекономічній торгівлі даними товарами країна не має порівняльних переваг. Інші три групи характеризують товари і товарні групи, які мають порівняльні переваги. Так в групі “*B*” ( $1 < RCA \leq 2$ ) товари мають слабо виражені порівняльні переваги, в групі “*C*” ( $2 < RCA \leq 4$ ) – середньо виражені порівняльні переваги, а в групі “*D*” ( $4 < RCA \leq \infty$ ) – значні порівняльні переваги.

Україна за валовим виробництвом меду, яке у середньому становить майже 75 тис. т, відповідно до статистичних даних ФАО вже декілька років займає 4 місце у світі після таких світових лідерів, як Китай (367 тис. т), Туреччина (81,4 тис. т), Аргентина (81 тис. т) (табл. 1).

Таблиця 1

| Показник                                  | Рік        |         |         |         |         |         |         | Відхилення         |                    |
|---|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------|--------------------|
|   | 1995       | 2000    | 2005    | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2009 р. до 2005 р. | 2009 р. до 1995 р. |
|   | Разів, +/- |         |         |         |         |         |         |                    |                    |
| Світ, тонн                                | 1153177    | 1255185 | 1410317 | 1511560 | 1465634 | 1496416 | 1535194 | 1,1                | 1,3                |
| Україна, тонн                             | 62728      | 52439   | 71462   | 75600   | 67700   | 74900   | 74000   | 1,0                | 1,2                |
| Частка України у світовому виробництві, % | 5,44       | 4,18    | 5,07    | 5,00    | 4,62    | 5,01    | 4,90    | –                  | –                  |

Тобто із 1,5 млн т світового виробництва меду на долю України припадає 5%. Серед країн Європи за відповідним показником Україна займає перше місце. Проте лише 4,3% вітчизняного меду експортується на міжнародний ринок (рис. 1).

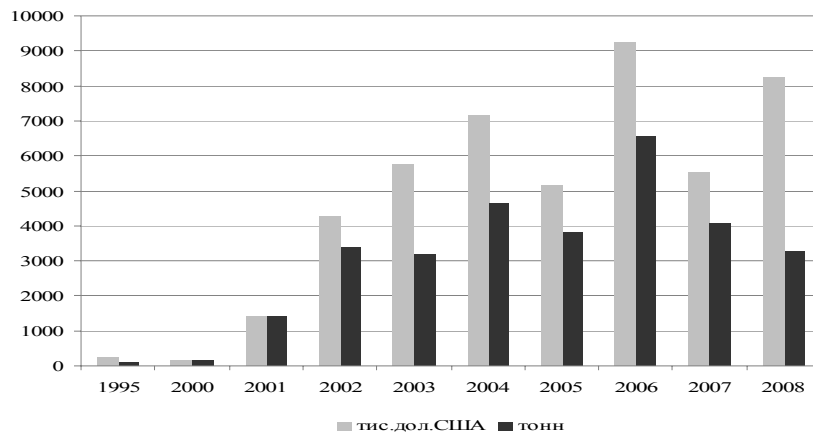


Рис. 1. Експорт продукції бджільництва в Україні у 1995–2008 рр.

Важливість використання одночасно експорту та імпорту при обчисленні конкурентоспроможності стає все важливішим, зважаючи на зростання внутрішньогалузевої торгівлі. Для того, щоб оцінити конкурентоспроможність вітчизняної продукції бджільництва, нами були розраховані індекси відносної конкурентоспроможності продукції (табл. 2).

Таблиця 2

| Продукція бджільництва | Індекси відносної конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва |         |         |         |         |         |         |         |
|------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                        | RXA   |         | RMP     |         | RTA     |         | RSCA    |         |
|                        | 2005 р.   | 2008 р. | 2008 р. | 2008 р. | 2005 р. | 2008 р. | 2005 р. | 2008 р. |
|                        | 1,093   | 1,038   | 0,029   | 0,097   | 1,064   | 0,941   | 0,194   | 0,078   |

Індекси відносної конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва дозволяють зробити кілька узагальнень. Індекс відносної експортної конкурентоспроможності *RXA* продукції у 2005 та 2008 рр. дорівнював трохи більше 1, це є свідченням того, що українська галузь бджільництва не спеціалізується на експорті даної групи товарів, проте має певні конкурентні переваги на світовому агропродовольчому ринку. Ці переваги незначні так як індекс лише трохи перевищує одиницю. Індекс

відносної залежності від імпорту *RMP* засвідчує відсутність конкурентних невідгод і демонструє низьку залежність від світового імпорту продукції бджільництва, що у свою чергу є теж свідченням порівняльних конкурентних переваг. Підтвердженням даних тверджень також виступає індекс відносних торговельних переваг *RTA* який має додатне значення і вказує на відносні конкурентні переваги у зовнішній торгівлі. Проте визначення симетричного індексу порівняльних переваг *RSCA* демонструє дещо інші тенденції. Так, з одного боку, його додатні значення у 2005 та 2008 рр. свідчать, що у зовнішній торгівлі Україна спеціалізується на продукції бджільництва, проте з іншого, аналіз стабільності індексу *RSCA* за матрицею перехідних ймовірностей Маркова показує, що товар відноситься до групи "A" ( $0 < RCA \leq 1$ ) і значить, що в зовнішньоекономічній торгівлі даним товарами країна не має порівняльних переваг.

Інтерпретуючи оцінки індексів відносної конкурентоспроможності вітчизняної продукції бджільництва у контексті світової торгівлі агропродовольчими товарами можна зробити кілька важливих висновків. Дані тенденції свідчать про відсутність залежності України від кон'юнктури відповідних зовнішніх ринків і необхідність нарощування експортного потенціалу галузі бджільництва із одночасною географічною диверсифікацією ринків збуту.

Слід зазначити, що ніша на світовому ринку продукції бджільництва зайнята не у повній мірі. Найбільшими імпортерами меду у світі виступають європейські країни, зокрема Німеччина, яка купує щороку більше 90 тис. т, Франція і Великобританія відповідно по 15 та 23 тис. т. Значна частка світового імпорту припадає на США та Японію – близько 24 і 10% відповідно. У 2009 р. на світовому ринку тривало зростання цін на мед. По даним Міжнародної організації експортерів меду (ІНЕО), із 2005 р. ціни на мед вирости з 1,2 до 3 тис. дол. США за 1 т. Ріст цін був зумовлений двома поспіль неврожайними роками та масовою загибеллю бджіл, в першу чергу на Американському континенті. Певну роль у підвищенні цін теж зіграла глобальна фінансова криза, також даються взнаки продовольча і енергетична кризи. Однак головна причина росту цін на мед полягала у скороченні його виробництва у ряді держав-виробників меду і падінні обсягів його поставок на світовий ринок.

Світовий ринок меду один із найбільш глобалізованих ринків продовольства і серед вироблених у світі 1,5 млн т меду на експорт відправляється близько 400 тис. т. В умовах сприятливої кон'юнктури глобального ринку бджільництва вітчизняні товаровиробники мають ряд стійких суб'єктивних і об'єктивних конкурентних переваг, таких як вигідні природно-кліматичні умови, висока якість і гарний смак продукції, що підтверджується міжнародним визнанням, висококваліфіковані спеціалісти у галузі, вигідне і зручне географічне розташування, зручне транспортне сполучення і т.п., які можуть стати основою для розробки довгострокової експортоорієнтованої стратегії. Підтвердженням є думка Т. Дудара, який стверджує, що глобалізація продовольчих ринків, яка є специфічною ознакою сучасного і особливо майбутнього розвитку України, ідеально може стати вагомим інструментом, що реалізує чинники національних конкурентних переваг [9]. Проблема актуалізується з огляду на те, що розвиток бджільництва у індустріально розвинених країнах обмежений рядом об'єктивних і суб'єктивних факторів, до яких належить масова загибель бджіл у багатьох країнах, обмежені природні ресурси, несприятливі природно-кліматичні умови, подорожчання паливно-мастильних матеріалів і т.п. Відповідні тенденції позначаються і на глобальному ринку продукції бджільництва.

**Висновки.** Таким чином, можна стверджувати, що нині за обсягами виробництва та рівнем фактичних порівняльних переваг у зовнішній торгівлі галузь бджільництва є стратегічною. Однак зважаючи на те, що у структурі експорту даний вид продукції займає лише 4,3% від загальної кількості агропродовольчого експорту необхідно нарощувати експортний потенціал галузі та диверсифікувати його географічну структуру.

Стимулювання розвитку експортного потенціалу галузі можливе на засадах сучасних структурно-трансформаційних перетворень у сільському господарстві з метою стабілізації та нарощування виробництва конкурентоспроможної продукції. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності потребує дотримання насамперед національних інтересів. Домогтися обмеження конкуренції з боку зарубіжних фірм та інших партнерів на внутрішньому і зовнішньому ринках можливе за умови становлення власного виробництва та відповідного державного регулювання. Важливим є формування інфраструктури ринку, інформатизація галузі, стимулювання інтеграційних процесів між суб'єктами господарювання, ефективне використання маркетингового інструментарію, розробка довгострокової стратегії розвитку галузі. Унікальні конкурентні переваги галузевого рівня, за умови їх підтримки і нарощування, здатні забезпечити конкурентоспроможність агропродовольчої продукції в цілому.

### Література

1. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage // Manchester School of Economic and Social Studies. – 1965. – Vol. 33. – P.99-123.
2. Hinloopen J., Marrewijk C. On the Empirical Distribution of the Balassa Index, W.P. Erasmus University. – Rotterdam, 2000. – P. 79.
3. Ferto I., Hubbard L.J. The dynamics of agri-food trade patterns. The accession countries' case, Paper

presented at the International Conference "Agricultural policy reform and the WTO: where are we heading?" Capri. – Itali. 2003. – June 23. – P. 16.

4. Piaskouski P. The evolution of the pattern of Polish agri-food trade on EU market / P. Piaskouski // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы. – Гродно : ГГАУ, 2005. – С. 88-92.

5. Песковський П. А. Методи измерения специализации международной торговли агропродовольственной продукцией. Методичні основи сучасного дослідження в аграрній економіці / П. А. Песковський // Матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції : в 3 ч., Житомир, 3-5 берез. 2005 р. – Житомир : Вид-во "Державний агроекологічний університет", 2005 р. – Ч. 2. – С. 7–11.

6. Яценко О.М. Конкурентні переваги агропродовольчої продукції Житомирської області у зовнішній торгівлі / О. М. Яценко // Економіка АПК. – 2006. – № 6. – С. 125–131.

7. De Benedictis L, Tamberi M. A note on the Balassa index of revealed comparative advantage // Manuscript. – 2001, – P. 27–36.

8. Laursen K., Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation, DRUID WP, 1998. – P. 98-31.

9. Дудар Т., Дудар В. Розвиток агропродовольчого ринку України в період глобалізації [Електронний ресурс] / Т. Дудар, В. Дудар // Вісник академії наук вищої освіти України. – 2007. – № 5. – С. 75-83. – Режим доступу : [http://www.ashsu.org/academy/herald\\_info/visnyk\\_61\\_5\\_08/visnyk\\_61\\_5\\_08\\_75-83.pdf](http://www.ashsu.org/academy/herald_info/visnyk_61_5_08/visnyk_61_5_08_75-83.pdf)

10. Skydan O. Институциональные основы формирования конкурентных отношений в пчеловодстве / O. Skydan, O. Yatsenko // Management theory and studies for rural business and infrastructure development: proceedings of International Scientific Conference 23 (4) / Lithuanian University of Agriculture, Faculty of Economics and Management. – Kaunas, 2010. – P. 118-125. (0,4 д.а.).

Надійшла 10.08.2011

УДК 339.137.2

Л. С. КВАСОВА, А. В. ПАХЛОВА, К. О. КОЗЯКОВА

Національна металургійна академія України

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ВАТ «ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ АГРЕГАТНИЙ ЗАВОД» НА ЗАСАДАХ НИЗЬКОЗАТРАТНОГО МАРКЕТИНГУ

*Розроблені теоретико-методичні рекомендації з формування комплексних систем антикризового керування маркетингом на промислових підприємствах України та обґрунтовані заходи щодо виходу з кризи ВАТ «ДАЗ». Розроблена методика заснована на засадах так званого низькозатратного маркетингу з урахуванням світових тенденцій керування маркетингу в умовах кризи.*

*Developed theoretical-methodical recommendations on the formation of complex systems of anti-crisis marketing management at the industrial enterprises of Ukraine and reasonable measures of exiting the crisis for LTD "DAZ". The technique is based on the principles of the so-called lowcost marketing with accounting the World trends of running a department of marketing in conditions of crisis.*

*Ключові слова: антикризове управління маркетингом, промислові підприємства, криза, низькозатратний маркетинг.*

**Вступ.** Кризові ситуації – характерний атрибут сучасного ділового життя в Україні. В умовах кризи на зміну звичайній маркетинговій діяльності приходить антикризовий маркетинг, суть якого складається в оперативній зміні маркетингової політики фірми й всіх складових маркетингу залежно від змін зовнішнього й внутрішнього середовища. Актуальність теми дослідження визначається необхідністю розробки підходів і механізмів антикризового керування міжнародним маркетингом для підприємств, головна мета яких – попередження банкрутства й вихід з неплатоспроможного стану, вихід із кризи з мінімальними втратами й забезпечення майбутнього розвитку при одночасному збереженні конкурентоспроможності. Таким чином, на підприємстві повинна бути створена комплексна багаторівнева система антикризового керування. Об'єктом дослідження є ВАТ «Дніпропетровський агрегатний завод». ВАТ "Дніпропетровський агрегатний завод" – велике машинобудівне підприємство з 80-літнім досвідом випуску виробів авіаційної техніки, гідроапаратури для шахт і товарів народного споживання – мототехніка. Підприємство сьогодні – це потужне високотехнологічне і мобільне виробництво, що забезпечує повний цикл виготовлення авіаційних агрегатів, управляє шахтної гідраліки і спеціальних електроприводів. Якість і надійність виробів, що випускаються забезпечуються конструкторсько – технологічним потенціалом заводу і гарантовані системою менеджменту якості сертифікована за стандартом ДСТУ ISO 9001:2001(ISO 9001:2000, IDT).

Мета дослідження – обґрунтування пропозицій і рекомендацій щодо вдосконалення міжнародної маркетингової стратегії в умовах ВАТ «ДАЗ» на зовнішніх ринках.

**Аналіз джерел з даної тематики.** Критично важливою умовою створення підприємствами довгострокових конкурентних переваг на зовнішньому ринку є вмiле застосування теоретичних моделей та