

УДК 325.125

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ В РОСЛИННИЦТВІ

Носань Н.С., к.і.н., доцент,

Білан О.В., аспірант,

Черкаський державний технологічний університет,

Лаптєв С.М., к.е.н., доцент

Університет економіки та права «КРОК»

В работе исследованы понятия конкуренции в отрасли растениеводства. Проанализирована блок-схема конкурентного потенциала в растениеводстве.

Ключевые слова: конкуренция, растениеводство, продукция, производство, отрасль.

In the work the concepts of competition in the field of crop production are studied. The block diagram of competitive potential in crop production is analyzed.

Key words: competition, crop production, production, manufacturing, industry.

Вступ. Ринкова економіка як одна з найважливіших характеристик включає конкуренцію між суб'єктами і об'єктами ринку. Конкуренція як засаднича характеристика ринку значно впливає на господарську діяльність підприємства, змушує його прагнути до переваги над конкурентами. Зіткнення інтересів товаровиробників у боротьбі за отримання прибутку – природний процес в конкурентному середовищі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням конкуренції у рослинництві на регіональному рівні, теоретичним і практичним аспектам формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції присвячено ряд наукових праць як вітчизняних вчених економістів-аграрників, так і зарубіжних. Серед них наукові розробки Бистрякова І.К., Борщевського П.П., Векленко В.І., Гранберга О.Г., Дубіщева В.П., Загайтова І.Б., Заяць Т.А., Золотарьова Є.Л., Коваленка Н.Я., Комеліна О.В., Кропивка М.Ф., Кузняк Б.Я., Онищенко В.О., Пащенко В.О., Попова Н.А., Саблука П.Т., Сологуб О.П., Хвесика М.А., Чернюк Л.Г. та ін.

Мета. Метою даної роботи є дослідження процесу виробництва продукції рослинництва та його особливості.

Виклад основного матеріалу. Слово «конкуренція» виникло від латинського «concurrentia», що в перекладі означає «стикатися».

В процесі наукових досліджень поняття конкуренції розглядалося з різних позицій. У загальному вигляді під конкуренцією розуміють суперництво між окремими особами або господарськими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети на якому-небудь терені. Фатхутдінов Р.А. розглядає конкуренцію як «змагання господарюючих суб'єктів, коли їх самостійні дії ефективно обмежують можливість кожного з них односторонньо впливати на загальні умови обертання товарів на відповідному товарному ринку» [4].

Юр'єва Т.В. розширює це тлумачення і визначає конкуренцію як «змагання між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери додаткового капіталу, ринки збуту, джерела сировини» [5].

Найчастіше в економічній літературі конкуренція розглядається як процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами (виробниками, постачальниками) за умови збуту, отримання найбільшого прибутку. [1]

Як правило, в цих визначеннях невидима конкуренція на стадії виробництва, тому, на нашу думку, якнайповніше розкривається суть цього економічного явища в роботах Дугіна П.І., Тернополя Д.П., Дугіної Т.І., які розглядають конкуренцію як економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби виробників і постачальників при реалізації продукції, суперництво між окремими виробниками і постачальниками товарів і послуг за найбільш вигідні умови виробництва і збуту, за збільшення своєї частки на ринку [2].

Зрозуміло, що ринковий механізм досить складний, але разом з тим це реальне втілення, що дозволяє об'єднати в єдиний організм державні інтереси та економічні системи.

Вивчення конкуренції в аграрному секторі ускладнюється тим, що тут існує високий ступінь детермінованості поняття «конкуренція» з конкретним середовищем, ситуацією, яких, як відомо, безліч, результати їх непередбачувані і достовірність теоретичних посилів складно перевірити емпіричним шляхом.

Економічна конкуренція виступає у вигляді методу відкриття конкретних, реальних фактів, значимих для досягнення специфічних цілей. Деяка рівновага, створювана конкуренцією на ринку, має, на наш погляд, умовний характер, оскільки вона неможлива.

Основна функція конкуренції як економічної категорії та, що тут відбувається наочна демонстрація того, як можна ефективніше виробляти товари, що підштовхує товаровиробників до перегляду сформованих умов виробництва і реалізації чи, навпаки, загрожує частковими або повними втратами своїх доходів.

З конкуренцією тісно пов'язане і поняття конкурентоспроможності. У буденному понятті конкурентоспроможність – здатність витримати конкуренцію. У широкому сенсі конкурентоспроможність означає випереджати інших у досягненні поставлених цілей в ході боротьби за зміцнення позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках. Існує безліч визначень і способів виміру конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, які використовуються для аналізу економічної ситуації в національній економіці. Як правило, її застосовують як критерій оцінки та індикації економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Розрізняють такі категорії конкурентоспроможності: філософська; економічна; ринкова; юридична; соціальна; психологічна [3].

Ринкові перетворення припускають наявність конкуренції, суперництва між товаровиробниками з приводу формування оптимальних умов виробництва і більш високих результатів внаслідок купівлі-продажу товарів.

У зв'язку з цим ринковий простір являє собою сферу активного співробітництва конкретних суб'єктів ринку і характеризується такими основними складовими:

- кількість продавців товарів конкретного виду;
- можливість усіх продавців рівною мірою брати участь у реалізації товару або відмови від участі у торговельних угодах;
- незалежність (або навпаки) ринкових суб'єктів один від одного;
- можливість (або навпаки) впливу на ринкову ціну з боку окремих товаровиробників.

Іншими словами, конкуренція характеризується наявністю на ринку значної кількості незалежних покупців і продавців, які одночасно змагаються один з одним у процесі купівлі-продажу товару.

Форми, різновиди конкуренції можуть бути ціновими і неціновими, коли привабливість товару намагаються відрегулювати за допомогою зниження ціни, поліпшення якості продукції або рівня обслуговування та рекламними зусиллями.

Конкурентоспроможність товару залежить від собівартості товару, коли створюється можливість реалізувати його за аналогічними або нижчими від конкурента цінами. Конкурентоспроможність – похідна багатьох факторів виробництва, синтезована оцінка можливості бути реалізованим на конкретному ринку в певні терміни за наявності товарів-конкурентів.

У методологічному плані конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на декількох рівнях: конкурентоспроможність продукції, товару, товаровиробника, галузева, країни. Між усіма цими рівнями існує досить тісний внутрішній і зовнішній взаємозв'язок.

Наукова дискусія про відмінності між рівнями і об'єктами конкурентоспроможності найактивніше ведеться стосовно термінів «продукція» і «товар».

Аналіз відомих визначень конкурентоспроможності, частина з яких тут вже згадувалася, і наші уявлення про предмет дослідження дозволяють виділити цілий ряд найбільш важливих моментів:

1. Конкурентоспроможність як економічна категорія має релятивістську природу, оскільки розглядається відносно конкретного ринку і конкретного аналога.
2. Конкурентоспроможності властивий динамічний характер – її має сенс розглядати лише стосовно конкретного моменту часу, з урахуванням змін в часі ринкової кон'юнктури.
3. Конкурентоспроможність товару – це міра його привабливості для споживачів.
4. Привабливість товару визначається мірою задоволення сукупності різнопланових, іноді суперечливих вимог.

Склад вимог, що висуваються, та їх відносна важливість значною мірою залежать від виду продукції.

Резюмуючи сказане, можна запропонувати таке визначення: конкурентоспроможність товару – це його здатність більш повно, ніж аналог конкурента на конкретному ринку задовольняти техніко-функціональні, економічні, екологічні, соціальні, законодавчі та інші вимоги. На відміну від товару, конкурентоспроможність продукції трактується як її здатність бути проданою чи як потенційна готовність готової продукції бути реалізованою.

Іноді поняття конкурентоспроможності ототожнюють з поняттям якості, маючи на увазі лише комплекс його споживчих властивостей у відриві від вартості.

На наш погляд, некоректно ототожнювати ці два поняття.

По-перше, конкурентоспроможність будь-якої продукції визначається сукупністю тільки тих її властивостей, які становлять інтерес для покупця і забезпечують задоволення цієї потреби, а інші показники, що виходять за зазначені рамки, при оцінці враховуватися не повинні. У найбільш загальному випадку можна стверджувати, що споживача не цікавлять умови проектування, виробництва і транспортування продукції до вступу її на ринок, а безпосередню цінність становлять лише споживчі властивості, яким би шляхом вони не були досягнуті. Наприклад, якщо при тих же всіх інших характеристиках виробнику вдалося знизити матеріаломісткість і трудомісткість виробництва продукції при підвищенні якості цього виробу, привабливість з точки зору споживача не зміниться, якщо не знизиться ціна виробу внаслідок зменшення виробничих витрат. При цьому, як наполягають зарубіжні маркетологи, в системі управління якістю значення ринкового чинника має бути визначальним. Непродана продукція не може вважатися якісною незалежно від її якісних характеристик.

По-друге, необхідним елементом визначення рівня якості продукції є порівняння з базою виробів, що є досить проблематичним. Якщо ж говорити про конкурентоспроможність, то для її оцінки необхідно порівняти параметри аналізованої продукції і товару-конкурента з рівнем, заданим запитами і перевагами покупця, а потім порівняти отримані показники.

По-третє, з позиції якості можна порівнювати лише однорідні об'єкти з точки зору не лише призначення і сфери застосування, але й основних конструктивних і технологічних особливостей. З позицій же конкурентоспроможності деяких видів продукції, зокрема продукції сільськогосподарського походження, де за базу береться задоволення конкретної потреби, можливе зіставлення і неоднорідних зразків, що розрізняються по елементній базі принципу функціонування, технології виготовлення, але становлять різні способи задоволення однієї і тієї ж потреби.

По-четверте, аналіз якості, виконаний відповідно до чинних нормативних документів, ще не дає оцінки мірі конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність визначається в процесі збуту, тобто залежить від реакції покупця.

Якість більшістю авторів розглядається, як один з основних чинників конкурентоспроможності продукції, здатності витримати конкуренцію, протистояти конкурентам, до яких також входять ціна і попит.

Вивчення конкурентоспроможності продукції і товарів інтегрується в конкурентоспроможність підприємства-виробника, тобто його здатність зберігати і розширювати ринки збуту за рахунок цілеспрямованої діяльності як відносно якісних характеристик продукції, так і відносно виробників-конкурентів.

Існують й інші визначення поняття конкурентоспроможності для господарюючих суб'єктів, які відрізняються, в основному, визначенням суб'єкта конкуренції або конкурентних відносин. Найбільш точно такого суб'єкта можна визначити як «господарюючий суб'єкт».

Забезпеченню конкурентоспроможності підприємства підпорядковані усі рішення, пов'язані з виходом на нові ринки збуту, реорганізацією організаційної структури, модифікацією і освоєнням нових видів продукції, зміною обсягів її випуску, зміною основних виробничих фондів, зміною господарських зв'язків і маркетинговою політикою.

Щодо конкурентного потенціалу в сільськогосподарському виробництві, як правило, виділяють три головні сфери. Це – земля, природно-кліматичні умови, матеріально-технічні й трудові ресурси.

Кон'юнктура ринку, як правило, характеризується варіабельністю, циклічністю, динамічністю. Всі відмітні риси вимагають уважного вивчення, взаємообумовлюють, доповнюють одна одну: безпосередній процес виробництва, що акумулює взаємодію перелічених вище факторів; процес реалізації виробленої продукції, її розподіл на відтворювальний цикл, зберігання або споживання, грошове відшкодування, накопичення.

Враховуючи різноманіття і багатофункціональність виробництва рослинницької продукції, пропонується блок-схема конкурентного потенціалу рослинницької галузі (рис. 1).

Кінцевою метою конкуренції є максимізація доходів від виробництва і реалізації продукції при мінімумі відповідних витрат.

Спроби формування успішного конкурентного середовища робляться в країні протягом майже двадцяти років, прийняті відповідні закони про скасування монополії на власність, значно розширені права суб'єктів господарювання, склалася багатоукладна економіка, створено прецедент приватної

власності, що позначилося безпосередньо і на сільськогосподарському виробництві, де з'явилася принципово нова форма господарювання – селянські (фермерські) господарства, були реорганізовані колишні колгоспи і радгоспи.

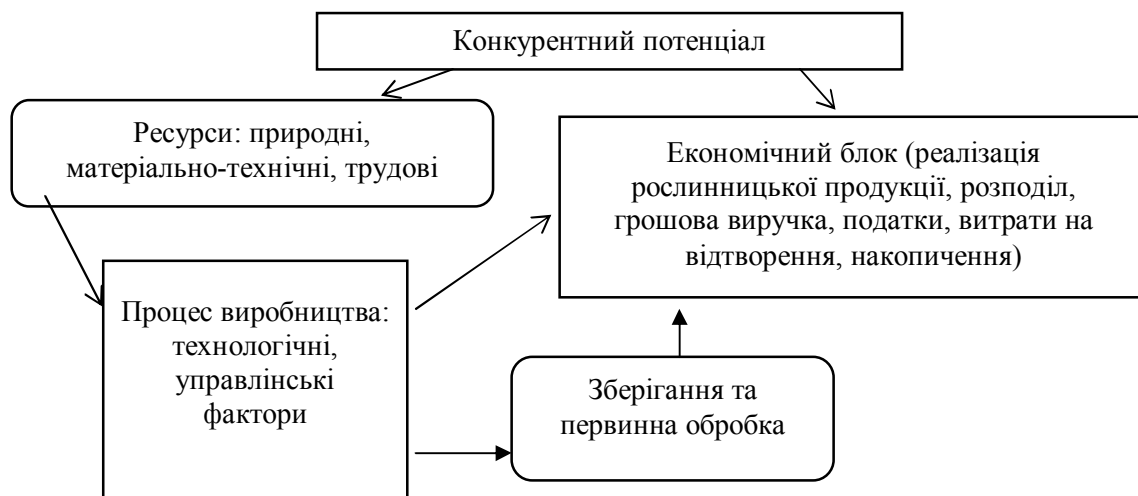


Рис. 1. Блок-схема конкурентного потенціалу в рослинництві

Перехід від централізованої системи господарювання до ринкової передбачає докорінні зміни всієї системи економічних і соціальних відносин.

Категорії «конкурентоспроможність продукції» і «конкурентоспроможність виробника» взаємозалежні. Підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не має збуту. Проте конкурентоспроможність продукції – не вирішальний чинник у конкурентоспроможності підприємства. У ряді випадків конкурентоспроможність продукції забезпечується за рахунок її реалізації за демпінговими цінами, не компенсуючи витрат на її виробництво і збут (що при досить тривалому періоді часу може призвести до розорення виробника).

Будучи тісно взаємопов'язаними, категорії конкурентоспроможності продукції і підприємства мають і істотні відмінності: конкурентоспроможність продукції оцінюється і досліджується в часовому інтервалі, що відповідає життєвому циклу товару, а в основі дослідження конкурентоспроможності підприємства лежить триваліший відрізок часу, що відповідає періоду функціонування підприємства; за своєю структурою конкурентоспроможність підприємства значно складніша за конкурентоспроможність продукції, оскільки об'єкт її застосування – уся виробничо-економічна діяльність підприємства.

Конкурентоспроможність галузі – це здатність галузі до оптимального задоволення певних потреб та забезпечення ефективного використання ресурсів.

Синтетичним показником, що об'єднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника, галузевої конкурентоспроможності і характеризує становище країни на світовому ринку, є показник державної конкурентоспроможності. У найзагальнішому вигляді це можна визначити як здатність країни в умовах вільної конкуренції виготовляти товари і послуги, що задовольняють вимоги світового ринку, реалізація яких збільшує добробут країни і окремих її громадян. До чинників конкурентоспроможності країни, згідно з методикою, розробленою швейцарською організацією «Юроп'єн менеджмент форум», відносяться: динамізм фінансової системи; людські ресурси; роль держави в забезпеченні конкурентоспроможності; ресурси й інфраструктура; мотивація торгової діяльності; політика країни відносно нововведень; соціально-політична обстановка в країні.

Таким чином, рівні конкурентоспроможності взаємодіють, взаємопов'язані та інтегровані, що необхідно враховувати при проведенні досліджень виробництва і ринку з урахуванням організаційних, технологічних і економічних особливостей кожного виду продукції.

Висновок. Отже, ринкова економіка як одна з найважливіших характеристик включає конкуренцію між суб'єктами і об'єктами ринку.

Під конкуренцією розуміють суперництво між окремими особами або господарськими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети в якому-небудь середовищі. З конкуренцією тісно пов'язане і поняття конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. Дугин П.И. Конкуренция и конкурентоспособность в региональном промышленном птицеводстве / П.И. Дугин, Д.П. Тернопол, Т.И. Дугина. – Ярославль: Издательство ФГОУ ВНО ЯГСХА, 2005.
3. Ребрин И.Ю. Управление качеством: Учебное пособие / И.Ю. Ребрин // Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
4. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности // Вопросы экономики, – 1997. – №5. – С. 118–127.
5. Юрьева Т.В. Социальная рыночная экономика / Т.В. Юрьева. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 416 с.

УДК 658

РОЛЬ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Родіонова О.Ю., к.е.н., старший викладач
Луганський національний аграрний університет

В статье рассмотрены трудовые отношения в обеспечении развития потенциала предприятия. Рассмотрены организация трудовых отношений и способы управления персоналом в рамках трудового коллектива.

Ключевые слова: трудовые отношения, предприятие, развитие, конкурентоспособность, персонал, потенциал.

In the article labour relations in providing of an enterprise potential development are considered. The organization of labour relations and the methods of personnel management within the frames of labour collective are considered.

Key words: labour relations, enterprise, development, competitiveness, personnel, potential.

Постановка проблеми. Україна з кожним роком все більше залучається до світогосподарських процесів: стає повноправним членом світового співтовариства, однак українські виробники кінцевої продукції, навіть отримуючи доступ до зарубіжних ринків, видаються неконкурентоспроможними через низьку ефективність праці, технологічні бар'єри та ін.

В умовах соціально-економічного розвитку, що склалися в Україні, неефективне використання людських ресурсів, від діяльності яких значною мірою залежать підйом вітчизняної економіки, підвищення добробуту та якості життя громадян, призводить до зниження продуктивності праці, відсутності відповідного прибутку. Особливої актуальності набуває вивчення проблем, пов'язаних з розвитком трудових відносин, розкриттям якості трудового потенціалу, параметрами якості трудового потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Регулюванню трудових відносин на підприємстві приділяється увага вчених, які характеризують різні аспекти цього явища [1–4]. Наприклад, деякі вчені, такі як: О.У. Юлдашева, И.А. Аренов, А.Н. Мамров, фокусують увагу на визначенні сучасних тенденцій і розвитку ринку праці з метою визначення трудових відносин на підприємствах [5]. Регулюванню трудових відносин на підприємствах світового рівня також приділено немало уваги, до таких робіт можна віднести роботу Н.У. Багасвої [1]. Підвищенню ефективності використання соціальних ресурсів підприємства як складової формування трудових відносин підприємства також приділяється увага, наприклад в роботі В.А. Уразова [2]. Таким чином, в роботах вчених висвітлюються різні аспекти регулювання трудових відносин, однак відсутність врахування галузевої особливості і сучасного стану відносин на підприємствах, особливості стану ринку праці вимагають проведення подальших досліджень.

Мета статті – наведення результатів досліджень з визначення ролі трудових відносин у забезпеченні розвитку підприємства.

Основний матеріал дослідження. Об'єктивна реальність свідчить про те, що в основі концепції формування економічної моделі виробничо-господарських відносин персоналу на будь-якому рівні і в будь-якій структурній ланці лежить нетиповий підхід, що базується на економіко-організаційній культурі відносин з урахуванням маркетингової орієнтації підприємства.