

*Г.В. СПАСЬКИЙ, доктор економічних наук,
директор Закарпатської державної сільськогосподарської дослідної станції*

Шляхи підвищення виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції в Закарпатті

Постановка проблеми. Головним завданням агровиробничого комплексу в ринковій економіці є досягнення росту виробництва сільськогосподарської продукції, надійне забезпечення країни продуктами харчування і сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей для одержання високих кінцевих результатів. Розв'язання продовольчої проблеми та підвищення добробуту населення Закарпаття значною мірою залежить від розвитку сільського господарства, зростання його ефективності.

Без забезпечення конкурентоспроможності конкурентних переваг продовольчих товарів на регіональних і міжнародних ринках неможливо досягти розвитку аграрного сектору [1].

Основною ознакою ринкової економіки є конкурентна боротьба, суперництво підприємців за одержання максимальних прибутків. В умовах виникнення й дії конкуренції в аграрній сфері важливого значення набуває досягнення балансу між споживачами аграрної продукції. Нині в Закарпатті через тривалу економічну кризу, що призвела до різкого зниження обсягів виробництва всіх видів аграрної продукції та стрімкого зростання цін на неї, значно скоротилося споживання населенням м'ясних і молочних продуктів, овочів, цукру, олії, хлібобулочних виробів.

Стратегічною метою державної аграрної політики України є перетворення аграрної

сфери на високоефективний, конкурентоспроможний сектор економіки, здатний інтегруватися у світовий аграрний ринок. Законом України „Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики на період до 2020 року” ставиться завдання перетворення аграрної сфери на конкурентоспроможний сектор економіки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку конкурентоспроможності аграрної продукції розкриті в роботах зарубіжних учених М. Портера [7, 8], П. Самуельсона [9], А. Сміта [10], К.Р.Макконнелла, С.Л. Брю [5], Р. Уотермана [15], Й. Шумпетера [14] й ін. Вагомий внесок у дослідження питань конкурентоспроможності вітчизняних підприємств зробили вітчизняні вчені: А. Бидик [1], Вітков М.С. [2], О. Копистко [3], В. Лихопій [4], М. Малік [6], Л. Романенко [13], А.Румянцева [13], Б. Супіханов [12], І. Черевань [13]. Їхніми зусиллями створено міцний теоретико-методологічний фундамент названої проблеми, розв'язано багато її практичних аспектів. Цінність вказаної проблематики, необхідність її вивчення зумовили вибір теми даного дослідження та його напрями.

Адам Сміт проголосив принцип "невидимої руки ринку" й стверджує, що кожною особою в її егоїстичному переслідуванні тільки своєї власної вигоди керує якась невидима рука, мета якої – досягнення найбільшої вигоди для всіх. Водночас Сміт визначив, що позитивна якість ринкового механізму виявляється лише тоді, коли є сис-

тема стримувань і противаг досконалої конкуренції. Досконала конкуренція – це ознака ринку, на якому жодна з фірм чи жоден із споживачів недостатньо могутні, щоб впливати на ринкову ціну [10].

Деякі автори термін "конкурентоспроможність" застосовують відносно національної економіки, галузі, підприємства та продукції. Ми вважаємо, що фундаментальною основою виходу держави на конкурентний ринок є підвищення конкурентоспроможності саме продукції. Дослідженнями встановлено, що конкурентоспроможність продукції – поняття відносне, чітко прив'язане до ринку і часу продажу (для товарів сезонного попиту). Продовольча продукція має свої особливості, які й будуть основою для оцінки їхньої конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність її властивостей відповідати вимогам ринку у визначений момент часу. Вона характеризується: споживчими властивостями; витратами споживача; кон'юктурою ринку реалізації товарів. Конкурентоспроможність конкретної продукції – величина змінна, яка з часом знижується. Початковий рівень конкурентоспроможності повинен бути тим вищий, чим довший період розробки виробів та їхній життєвий цикл. Чим вищий початковий рівень конкурентоспроможності продукції, тим більші обсяги її реалізації й довший період існування. Зниження рівня конкурентоспроможності й, відповідно, обсягів продажу продукції, визначатиметься темпами надходження інновацій в конкретній галузі виробництва.

Видатний економіст ХХ ст. Й. Шумпетер наголошував, що конкуренція діє не тільки тоді, коли вона існує, а також тоді, коли вона є потенційною загрозою..., вона дисциплінує ще до свого настання, змушуючи суб'єкта ринку почуватися у конкурентній ситуації навіть тоді, коли він у галузі один [14].

Р. Уотерман вважає, що створення, запровадження та широке розповсюдження нових товарів, послуг, технологічних процесів стають ключовими факторами росту обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, зовнішньоторговельного обороту, поліпшення якості продукції, економії трудових і матеріальних витрат, удосконалення органі-

зації виробництва й підвищення його ефективності [15].

Уперше поняття «конкурентоспроможність» було введено наприкінці 1970-х років М. Портером. На його думку, конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [7].

Економічна категорія – конкуренція в перекладі з грецької на українську мову означає протистояння, протиборство, суперництво, змагання. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, має тривалий цикл тощо.

Конкурентоспроможність виробництва, за визначенням О.В. Копистка, – це багатогранне поняття, яке характеризує його здатність конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і вимірюється ступенем присутності вітчизняної продукції на них [3].

П. Самуельсон стверджує, що виробник матиме найбільший прибуток тоді, коли реалізовує не сировину, а продукти її переробки, кінцеві продукти споживання. Тому високорозвинуті країни ніколи не експортують сировину, в них навіть фермери намагаються реалізовувати сільськогосподарську продукцію тільки після її первинного перероблення й навіть доводити її до стадії кінцевого споживання [9].

Мета статті – дослідити систему факторів конкурентоспроможності продукції, вказати шляхи підвищення її в аграрних підприємствах.

Виклад основних результатів дослідження. Наявність конкуренції в агровиробничому комплексі можлива при існуванні потужних ринків, збільшенні обсягів сільськогосподарської продукції в аграрних підприємствах, що забезпечить необхідне співвідношення між попитом і пропозицією. Негативний попит полягає у відторгненні ринком товару. При відсутності попиту важливо знайти способи погодженості властивостей товару з потребами й інтересами людей. Прихований попит передбачає оцінку потенційного ринку та створення ефективних або нових товарів.

Поряд із цим запровадження й широке розповсюдження нових товарів, послуг, технологічних процесів стають ключовими факторами росту обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, зовнішньоторговельного обороту, поліпшення якості продукції, економії трудових і матеріальних витрат, удосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності. Усе це формує конкурентоспроможність будь-якого виробництва продукції на внутрішній та світовий ринок в аграрних підприємствах [5].

Основним важелем забезпечення конкурентоспроможності є ефективність господарської діяльності. З метою реальної оцінки стану аграрного сектору економіки і його готовності до вищезазначеної інтеграції профільним Міністерством спільно з науковцями здійснено оцінку конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Результати досліджень показують наявність трьох груп продукції за рівнем конкурентоспроможності:

група конкурентоспроможної продукції (насіння соняшнику та продукти його переробки, продовольче й фуражне зерно і продукти його переробки, насіння ріпаку, сої та продукти її переробки);

група продукції перспективної конкурентоспроможності (м'ясо птиці, овочі, яйця, молоко і молокопродукти, свинина, картопля, мед);

група продукції з низькою перспективою створення конкурентоспроможності (яловичина, цукор, льон, фрукти, виноград) [12].

Конкурентні переваги розглядаються як сукупність відносин, що є предметом регулювання за допомогою комплексу правових норм.

На думку М. Портера, конкурентні переваги проявляються або в нижчих, ніж у конкурента витратах, або в спроможності вимірювати й контролювати додаткову вартість, яка перевищує додаткові витрати від диференціації [8].

До позитивних тенденцій слід віднести збереження темпів нарощування експортного потенціалу, які спостерігалися в попередні, сприятливіші для розвитку аграрної галузі досліджуваної області, роки. Зауважимо, що її сільське господарство залишається галуззю, яка має нестабільне сальдо, що коливається між позитивними та негативними показниками зовнішньої торгівлі. Обсяг експорту продукції аграрного сектору за рік збільшився на 6,4% (табл. 1).

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі аграрною продукцією, тис. дол. США

Продукція	Експорт					2014 до 2000, %	Імпорт					2014 до 2000, %
	2000	2005	2010	2013	2014		2000	2005	2010	2013	2014	
Усього, тис. дол. США	215,3	552,3	1156,6	1299,9	1382,8	100	183,9	686,4	1348,6	2062,5	1734,6	100
Живі тварини, продукти тваринного походження	535	3605	5	124	96	-	10	3543	4367	5572	11896	0,7
Продукти рослинного походження	5499	9470	9524	11544	18834	1,4	3438	1547	7397	18195	12558	0,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	6	45	-	6839	6061	0,4	105	122	302	123	123	-
Готові харчові продукти	4224	17812	40632	17555	7773	0,6	9175	13913	34900	84397	64552	3,7

Джерело: Статистичний щорічник Закарпаття за 2014 р. [11].

У сучасних умовах сільськогосподарська продукція має значну частку в зовнішній

торгівлі області. Частка товарів аграрного виробництва коливається й у загальному

експорті в 2000, 2005, 2010 і 2014 роках становила 4,7; 5,6; 2,7 і 2,4%.

На внутрішньому ринку регіону виробництво конкурентоспроможної продукції сільськогосподарства та харчової галузі має важливе значення, оскільки вони забезпечують 20 % валової доданої вартості Закарпаття.

Загальний обсяг реалізованої сільськогосподарськими підприємствами власно виробленої продукції у 2014 році порівняно з 2013 роком збільшився на 6,4 %, у тому числі продукції тваринництва — на 9, рослинництва — на 4 % (рис. 1) [7].

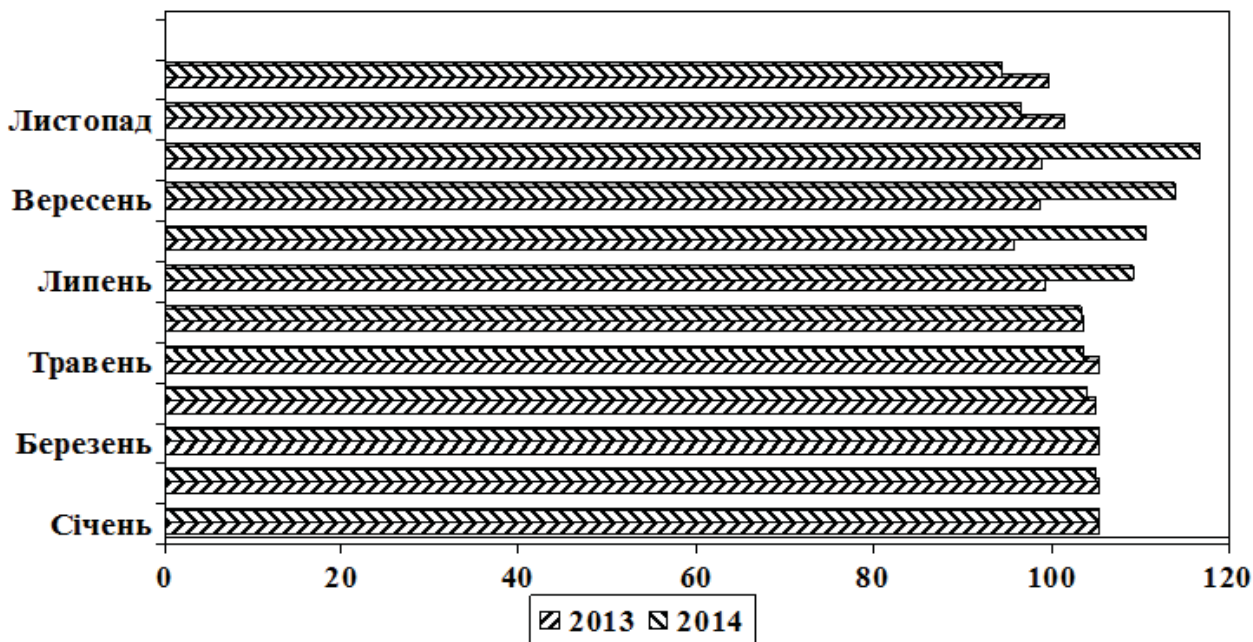


Рис.1. Зміни обсягів сільськогосподарського виробництва у 2014 р. (наростаючим підсумком у % до попереднього року)

У переважній більшості публікацій наголошується, що Україна має значні можливості для розвитку аграрного сектору й перетворення його у високоефективну сферу економіки. Добрі ґрунтово-кліматичні умови, родючі землі сприяють подальшому його розвитку, одержанню врожаїв сільськогосподарських культур в обсягах, достатніх для забезпечення внутрішніх потреб і формування експортного потенціалу [4].

Конкурентні переваги сільськогосподарських підприємств забезпечують підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки, а отже, сприяють розв'язанню проблем щодо забезпечення продовольчої безпеки.

Сільське господарство в цілому й усі основні види його продукції (крім зерна, соняшнику та плодоовочевої) залишаються збитковими. Разом із тим більшість підприємств харчової й переробної галузей промисловості, виробляючи найрізноманітнішу

продукцію, мають можливість цінами відшкодувати власні витрати, вести виробництво рентабельно та одержувати достатні доходи. Розв'язання проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємств вимагає вирішення комплексу техніко-організаційних питань. Тому важливим є вивчення показників і критеріїв підвищення конкурентоспроможності продукції, використання яких дає змогу оцінити конкурентоспроможність продукції підприємства, знайти методи для її підвищення. Проте ця проблема суттєво ускладнюється через відсутність простої та зручної для практичного використання методики оцінки даного рівня.

Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції є її цінова перевага, для забезпечення якої собівартість як базова величина ціни повинна формуватися за низьковитратним принципом, що досягається за рахунок удос-

коналення галузевої структури суб'єктів господарювання, запровадження науково обґрунтованої спеціалізації й концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці; ефективного використання ресурсів і

виробничого потенціалу й урахування вимог ринку [1].

Рівень рентабельності від реалізації сільськогосподарської продукції в цілому в 2014 році сформувався на межі нижчих витрат від одержаних вищих доходів -7,2% (рис. 2).

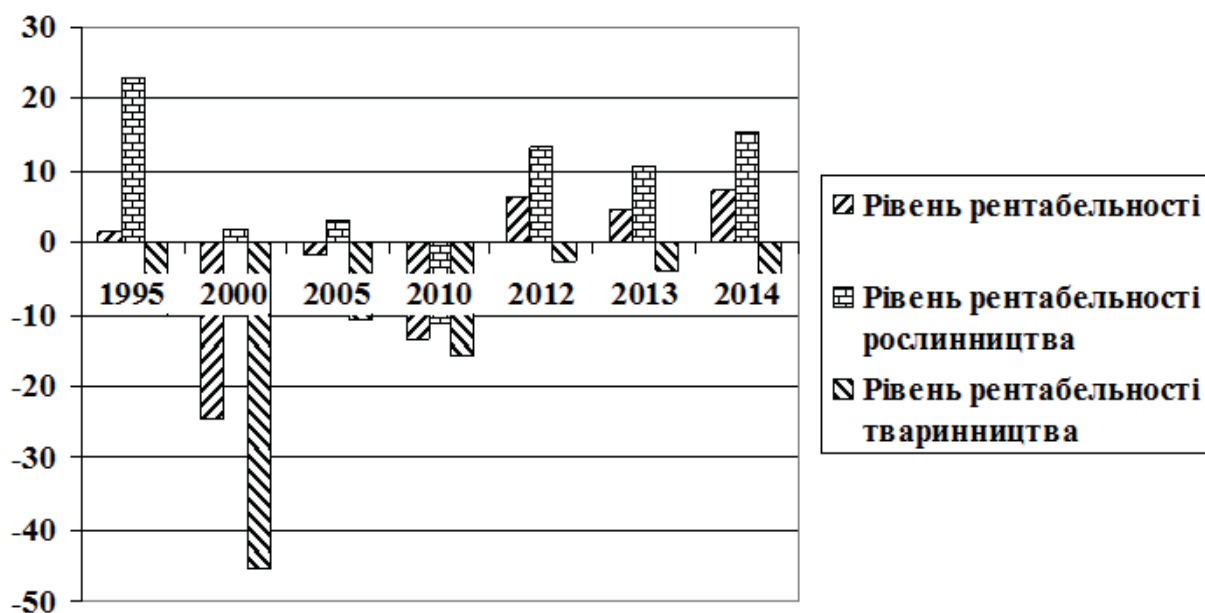


Рис. 2. Показники дохідності (збитковості) сільськогосподарської продукції

Джерело: [11].

Рівень рентабельності в рослинництві у 2014 році знизився до 15,3% при 22,8% у 1995 році, а продукція тваринництва залишалася збитковою – рівень збитковості в 2014 році був 8,8% (у 1995 р. – 10,1%).

Зміна цін реалізації не була тотожною динаміці рівня собівартості, що призвело до зниження рентабельності чи росту збитковості по деяких видах аграрної продукції, наприклад, по зернових культурах та картоплі – більше ніж у 24-60 рази; залишаються збитковими вирощування й реалізація великої рогатої худоби та свиней, – відповідно 16,9 і 1,6%. Прибутковим стало виробництво овець та кіз, птиці, молока й вовни – відповідно 3,5; 2,6; 3,2 та 9,9%, збільшилась рентабельність овочів та плодів у 47-55 рази.

Якісні показники продукції як складової її конкурентоспроможності забезпечують товаровиробнику переваги в конкурентній боротьбі та є головним критерієм для покупця.

Майбутнє населення регіону залежить від якості техніки і продукції, яку виготовляють з її допомогою. Саме контроль за якістю продукції на всіх етапах її створення гаран-

туватиме високу конкурентоспроможність готового товару. Якість – це сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольняти потреби.

У ряді розвинутих країн були створені національні стандарти, що встановлюють вимоги до системи якості, тобто процес поширення й запровадження стандартів починався з окремих країн і нині охоплює більшу частину світу. Було створено міжнародну організацію із стандартизації – ISO, що сприяла розвитку стандартизації в усьому світі. Визначено п'ять головних стратегій ISO в Європі: підвищувати ринкову відповідальність ISO; сприяти системі ISO та її стандартам; стимулювати нові самостійні елементи технічної програми; скорочувати загальні витрати системи і час виходу на ринок; удосконалювати національні інфраструктури в галузі стандартизації третіх країн.

На підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції суттєво впливає впровадження нових технологій, у тому числі й ресурсозберігаючих, що дає змогу розширити випуск інноваційної продукції, яка має кра-

щі споживчі властивості, спроможна успішно конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках із зарубіжними аналогами.

Отже, конкурентоспроможність продукції є багатоваріантною характеристикою, яка складається з великої кількості взаємозв'язаних показників. При цьому оцінка конкурентоспроможності повинна показувати її привабливість не лише для споживача, а й для виробника, відображаючи його інтереси у випуску і реалізації певних видів продукції.

Висновки. Конкуренція є важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною її господарського механізму, стає економічною основою, яка потребує чіткого регулювання з боку держави, що мусить відображатися в законодавчих документах.

Щоб підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції, необхідно здійснити низку заходів. Зокрема: створити умови для стабілізації та нарощування виробництва сільськогосподарської продукції; накласти мораторій на імпорт продовольства; кошти, що використовуються для закупівлі сировини і матеріально-технічних ресурсів в інших країнах, спрямувати на інвестування власного товаровиробника; встановити суворий контроль за регулюванням економічного механізму господарювання в агропромисловому комплексі; встановити ціни на сільськогосподарську продукцію, які б не лише відшкодували понесені на її виробництво витрати, а й забезпечували певну масу прибутку для розширеного відтворення; запровадити державну підтримку всіх суб'єктів виробництва незалежно від форм господарювання, зокрема в напрямках, які сприяють залученню у виробництво кредитів та інших запозичень, необхідних для здійснення розширеного відтворення, і, насамперед, технічного й технологічного перетворення; установити систему пільг для окремих видів сільськогосподарської продукції, зменшити податковий тиск на аграріїв.

В.П. Черевань із групою авторів особливо важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності продукції відводить її якості.

При цьому йде мова не лише про формування національних підходів до нових стандартів якості, а також і про розуміння якості в контексті генетично модифікованих культур. Таким чином, узагальнюючи, зазначимо, що для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно розв'язувати такі завдання:

забезпечення сільськогосподарських товаровиробників сучасною технікою;

створення новітніх технологій вирощування та підвищення врожайності сільськогосподарських культур, забезпечення приросту поголів'я худоби;

фінансування сільськогосподарського виробництва й забезпечення фінансової підтримки виробників насінневого матеріалу, науково-дослідних установ, сортовипробувальних станцій;

підготовка висококваліфікованих кадрів для села;

удосконалення цінової політики;

урахування специфіки виробництва сільськогосподарської продукції в області.

Створення вільних економічних зон і технопарків, розширення економічних зв'язків з європейськими країнами, розвиток рекреаційних та спортивно-туристичних комплексів відкривають великі можливості для експорту готової й переробної сільськогосподарської продукції, перетворення агропромислового комплексу Закарпаття в джерело конвертованої валюти. Але для цього має здійснюватися нова аграрна політика на основі земельної реформи, розвитку фермерства та виробничих і обслуговуючих кооперативів, розв'язання соціальних проблем села.

Кожний аграрний підприємець повинен використовувати стандартизацію ISO серії 9000, що поліпшує виробництво аграрної продукції та її якість.

Таким чином, розглянуті основні складові забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрного сектору виробництва взаємозумовлені й взаємозв'язані між собою, успішне вирішення яких забезпечить вітчизняному товаровиробнику гідне місце на внутрішньому та міжнародному ринках.

Список використаних джерел

1. Бидик А.Г. Теоретичний аналіз проблеми конкурентоспроможності / А.Г. Бидик // Інноваційна економіка. – 2007. – № 2. – С. 103-109.
2. Вітков М.С. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору / М.С. Вітков // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С. 68-72.
3. Копистко О.В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О.В. Копистко // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 61.
4. Лихопій В.І. Механізм забезпечення конкурентоспроможного виробництва аграрної продукції: теоретико-методичний аспект / В.І. Лихопій // Вісн. Запорізького нац. ун-ту. – 2010. – № 1(5). – С. 137-140.
5. Макконнелл К.Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – В 2 т.; пер. с англ. – 11-е изд. – Т. 1. – М., 1995.
6. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізм : [моногр.] / М.Й. Малік. О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
7. Портер М. Конкуренция : учеб. пос. / М. Портер. – М. : Вильямс, 2001. – 425 с.
8. Портер М.Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М.Е. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
9. Самуельсон П.А. Мікроекономіка / П.А. Самуельсон, В.Д. Нордгауз; пер. з англ. – К., 1998. – 844 с.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.-Л.: Госсоцэкиз, 1935. – Т. 2. – С. 330.
11. Статистичний щорічник Закарпаття за 2014 р. – Ужгород, 2015.
12. Супіханов Б.К. Про підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва в сучасних умовах / Б.К. Супіханов // Економіка АПК. – 2008. – №5. – С.11-15.
13. Черевань В.П. Міжнародна економічна діяльність: навч. посіб. / В.П. Черевань, А.П. Румянцева, Л.Ф. Романенко. – К.: Видавничий дім “Слово”, 2003. – 280 с.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер - М.: Прогресс, 1983. – 402 с.
15. Уотерман Роберт. Фактор обновления: Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании / У. Роберт. – М.: Прогресс, 1988. – 364 с.

Стаття надійшла до редакції 05.05.2016 р.

*

УДК 631.3

*Я.Ф. НАВРОЦЬКИЙ, науковий співробітник
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»*

Теоретичні та практичні засади формування ринку сільськогосподарської техніки

Постановка проблеми. Протягом усього періоду розвитку ринкових відносин різними вченими формувалося поняття ринку як економічної категорії. В сучасних умовах розвитку економіки виникла необхідність відокремлення від загального поняття «ринок» конкретизованого поняття «ринок сільськогосподарської техніки», що має свої особливості становлення й розвитку. Визначення цього поняття дасть змогу проаналізувати стан і динаміку, особливості та схожість ринку сільськогосподарської техніки з іншими товарними ринками, допоможе ак-

тивно впливати на його розвиток з боку суб'єктів ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення поняття «ринок» широко висвітлювалося вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як Ж.Тироль [19], О.Б. Бедрина [4], Ф. Котлер [9], Н.І. Бережна [1], В.В.Бичанін [22], К.Р. Макконнелл, С.Л.Брю [13], Alison Burrell [24], Brett L Markham [25], F.L. Pryor [26], J.Stam [27] й ін. В Україні дослідження ринку сільськогосподарської техніки одними з перших здійснили О.Ю. Гаврилишин [5], В.Т. Лановий [10], І.І. Лукінов [11,12], М.Р. Пархуць [6]. Але проблемі саме безпосереднього визначення поняття ринку сільськогосподарської

© Я.Ф. Навроцький, 2016