

УДК 631.11:339.564

А. В. Ключник,
к. е. н., Миколаївський державний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто погляди науковців на категорію експорту, встановлено основні аспекти впливу експорту на підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Запропоновано основні стратегічні напрями розвитку експорту аграрних підприємств Миколаївського регіону.

In the article views of scientists on the category of export are considered, the main aspects of export's influence on the competitiveness of agrarian enterprises are established. The basic strategic directions for the development of export of agrarian enterprises are suggested.

Ключові слова: експорт, сальдо зовнішньої торгівлі, аграрні підприємства, конкурентоспроможність аграрних підприємств.

Key words: export, balance of foreign trade, agrarian enterprises, competitiveness of agrarian enterprises.

ВСТУП

Тенденції розвитку аграрного сектора Миколаївської області свідчать про необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. У той же час вигідне географічне розташування, сприятливі природні умови, існуючий виробничий та зовнішньоекономічний досвід праці, різноманітність форм власності аграрних підприємств Миколаївської області зумовлюють формування їх значного експортного потенціалу. Саме тому ефективний розвиток експорту можна назвати одним з провідних шляхів формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств регіону.

Проблеми, пов'язані з розвитком експортних операцій, знайшли відображення у працях таких вчених-дослідників: Багрової І.В., Булатової А.С., Бураковського І.Г., Гордієнко П.Л., Дегтярева О. І., Кандиби А.М., Макогона Ю.В., Новицького В.Є., Піддубного І.О., Покровської В.В., Рибалкіна В.І., Рум'янцева А.П.

Питання необхідності та особливостей розробки стратегії в зовнішньоекономічній діяльності досліджували Кириченко В.О., Клівець П.Г., Ковалевська А.В., Попова Т.Л. та інші.

Проте, все ж ряд питань залишаються невирішеними до кінця. До них, насамперед, відносяться проблеми формування стратегії

ефективного розвитку експортних операцій в аграрному секторі економіки.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою даного дослідження є з'ясування місця експорту в аграрному секторі економіки Миколаївської області, оцінка його ефективності та формулювання стратегічних напрямів розвитку експорту аграрних підприємств регіону.

У дослідженні використані такі методи, як: монографічний; абстрактно-логічний; розрахунково-конструктивний; метод порівняння, нормативний, економіко-математичний та графічний.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для того, щоб чітко з'ясувати механізм впливу експорту сільськогосподарської продукції на конкурентоспроможність аграрних підприємств та сформулювати основні напрями його ефективного розвитку, перш за все, необхідно окреслити категорію експорту аграрного підприємства.

згідно з чинним законодавством [1] експорт товарів — це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з

Таблиця 1. Товарна структура експортно-імпорتنих операцій сільськогосподарських підприємств Миколаївської області

Вид продукції	2008 рік		2009 рік		2009 р. у % до 2008 р.	Обсяг імпорту у 2009 р., млн дол.	Сальдо, млн дол.
	вартість поставок, млн дол.	питома вага у загальній сумі, %	вартість поставок, млн дол.	питома вага у загальній сумі, %			
Продукція рослинництва	675,7	99,7	659,7	99,5	97,63	2,3	657,4
в т.ч.: зернові культури	557,4	82,2	557,1	84,0	99,95	0,1	557,0
насіння олійних культур	117,2	17,3	75,2	11,3	64,16	0,9	74,3
їстівні плоди та горіхи	0,9	0,1	25,0	3,8	2777,77	0,0	25,0
овочі та коренеплоди	0,0	0,0	2,4	0,4	×	1,3	1,1
Продукція тваринництва	2,2	0,3	3,4	0,5	154,55	34,3	-30,9
в т.ч. молочна продукція	2,2	0,3	3,4	0,5	154,55	0,1	3,3
м'ясо та харчові субпродукти	0,0	0,0	0,0	0,0	×	33,1	-33,1
інша продукція тваринного походження	0,0	0,0	0,0	0,0	×	1,1	-1,1
Всього	677,7	100,0	663,1	100,0	97,85	36,6	626,5

вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.

Відповідно до визначення А.П. Румянцевої [2], експорт суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності — це продаж товарів іноземним суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності та їх переміщення через митний кордон країни місцезнаходження експортера. Аналогічною є думка А.Г. Загороднього та Г.Л. Вознюка [3], що визначають експорт як продаж товарів чужоземним суб'єктам господарювання та вивезення товарів через митний кордон держави, включаючи реекспорт товарів, крім передавання майна суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності чужоземному суб'єктові господарювання за кордоном як натуральної частки участі у формуванні статутного капіталу для спільної господарської діяльності.

Відповідно до даних визначень, можна визначити поняття експорту сільськогосподарських підприємств як продаж аграрної продукції іноземним суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності та переміщення її через митний кордон країни місцезнаходження експортера.

Аграрними підприємствами застосовуються два методи здійснення експорту: прямий та непрямий. Прямий експорт передбачає постачання товарів підприємствами безпосередньо іноземному споживачеві, в той час як непрямий експорт припускає продаж товарів через торговельних посередників.

Непрямий експорт аграрних підприємств здійснюється такими методами, як: експорт через посередників; біржова торгівля; аукціонна торгівля; міжнародні торги (тендери).

Прямі зв'язки мають низку переваг: більш тісні контакти з контрагентом; краще знання кон'юнктури ринку; швидке пристосування своїх виробничих потужностей до потреб покупця. Проте і непрямий експорт продов-

жує зберігати своє значення, що виявляється у таких його перевагах: великий досвід, власна мережа обслуговування, гарні зв'язки, знання ринку й кон'юнктури [4].

Конкурентоспроможність підприємств аграрного сектора на внутрішньому ринку виявляється у здатності забезпечувати продовольчу безпеку держави, в той час як міжнародна конкурентоспроможність аграрних підприємств передбачає, власне, здійснення ефективного експорту.

Експорт як засіб підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств передбачає низку переваг для підприємств-експортерів та аграрного сектора економіки регіону в цілому, а саме:

- розширення ринку збуту продукції;
- отримання вищого прибутку порівняно з реалізацією продукції на внутрішньому ринку;
- отримання валютної виручки для придбання за кордоном необхідної техніки, обладнання;
- залучення вільних виробничих потужностей або розширення поля своєї діяльності (збільшення посівних площ, нарощення поголів'я тварин) за рахунок тих галузей, продукція яких має попит за кордоном;
- зменшення впливу сезонних коливань попиту на продукцію;
- організація та підтримка виробництва на рівні світових вимог за допомогою міжнародних зв'язків, встановлених через експорт;

— сприяння структурній перебудові усього аграрного сектора економіки України за рахунок високоефективного експорту [5, 6, 7].

Сукупність переваг, що отримують підприємства від здійснення експорту, дозволяє зробити висновок про доцільність такого виду зовнішньоекономічної діяльності. Проте актуальним залишається питання ефективності експортних операцій.

Для оцінки ефективності експорту аграрних підприємств необхідно проаналізувати його товарну й географічну структуру та обчислити сальдо зовнішньої торгівлі.

Експорт аграрних підприємств регіону у розрізі видів сільськогосподарської продукції представлено у табл. 1.

Аналіз показників табл. 1 свідчить про те, що товарна структура експорту та імпорту аграрних підприємств регіону змінилась не суттєво. Загальний обсяг експорту склав у 2009 р. 663,1 млн дол., що на 2,15% менше, ніж у попередньому році. Основу експорту склала продукція рослинництва (переважно зернові культури), питома вага якої становила у 2009 р. 99,5%. Майже у 28 разів зросли поставки за кордон їстівних плодів та горіхів, у 1,5 рази — експорт молочної продукції.

Разом з тим, на 35,84% зменшився вивіз насіння олійних культур. Хоча загальне сальдо зовнішньої торгівлі є позитивним (626,5 млн дол.), що свідчить про конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках, такий показник формується переважно за рахунок експорту зернових та олійних культур. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі тваринницькою продукцією (-30,9 млн дол.) свідчить про неконкурентоспроможність її на світовому ринку, а наявність значних обсягів імпорту цієї продукції вказує на низьку конкурентоспроможність підприємств і на внутрішньому ринку.

Незважаючи на те, що зернові та олійні культури забезпечують суттєву частку надходжень валютної виручки до аграрного сектора економіки регіону, така ситуація не є задовільною з наступних причин:

— обсяг виробництва продукції рослинництва значною мірою залежить від погодних умов, а тому є нестабільним і непередбачуваним обсяг експорту;

— тенденції розвитку світового ринку зерна вказують на його насиченість, пов'язану зі зростанням світового виробництва зерна, що призводить до зниження експортних цін та падіння попиту на українське зерно як продукцію невисокої якості; так, середні експортні

Таблиця 2. Експорт зернових та олійних культур аграрними підприємствами Миколаївської області у 2009 р., млн дол.

Країни світу	Культури	
	Зернові	Олійні
Європа	61,2	43,4
Азія	290,3	30,6
Америка	-	0,5
Африка	205,6	0,1
Країни СНД	0,0	0,6

ціни на ячмінь знизилися у 2009 р. на 47,1% (з 230 дол. до 122 дол. за тонну), на кукурудзу — на 41,2% (з 234 дол. до 137 дол. за тонну), на пшеницю — на 27,3% [8].

Тому, на нашу думку, окрім вирішення проблем забезпечення якості зернових культур та пошуку нових ринків збуту, необхідно нарощувати експортний потенціал тваринницької галузі. Значна роль у виконанні цього завдання належить створенню великих тваринницьких комплексів, спроможних забезпечити необхідну кількість поголів'я, рівень продуктивності тварин та належну якість продукції. Крупномасштабність та сучасні технології виробництва сприятимуть зниженню собівартості продукції тваринництва.

Розвиток галузі тваринництва у Миколаївській області гальмується браком інвестиційних коштів. Експортна виручка, що є потужним джерелом фінансування, надходить переважно до зернотрейдерів, а не виробників. Це зумовлено, насамперед, роздрібненістю форм господарювання, що не дає змоги господарствам здійснювати експортні операції у необхідних обсягах. Об'єднання виробників у кооперативи, що є поширеним у розвинених країнах світу [9], сприятиме полегшенню доступу на зовнішні ринки.

Товарна структура експорту сільськогосподарської продукції відображає також перевагу в ній сировинних видів продукції, в той час як ознакою ефективного експорту є домінування в його структурі продукції з високим ступенем переробки. Хоча переробка сільськогосподарської продукції є достатньо потужною галуззю, її роль у експорті недостатньо висока, переважним чином, у зв'язку з невідповідністю продукції міжнародним стандартам якості.

Аналіз експорту аграрної продукції за країнами свідчить про розширення географії поставок у 2009 р. порівняно з 2008 р., що є позитивним зрушенням. Обсяги експорту зернових та олійних культур за країнами світу представлені у табл. 2.

Так, у 2009 р. зернові культури експортувалися до 36 країн світу порівняно з 35 у 2008 р. і

практично всі надійшли до країн далекого зарубіжжя. Зокрема, до країн Азії та Африки вивезено зернових на 290,3 млн дол. та 205,6 млн дол. (або 52,1% та 36,9% відповідно), в європейські країни — на 61,2 млн дол., що становить 11% (рис.1). Найбільшими споживачами зернової продукції стали Єгипет (18,2% річного експорту зернових), Бангладеш (16,3%) Саудівська Аравія (12,6%), Іспанія (10,3%), Сирійська Арабська Республіка (8,7%), Туніс (5,2%) та Йорданія (4,9%).

Насіння та плоди олійних рослин у 2009 р. експортувалися до 27 країн світу (у 2008р. — до 20 країн). До країн Європи спрямовано 57,7% річних поставок, країн Азії — 40,7%, країн Америки — 0,6%, країн Африки — 0,2%. Країни СНД отримали 0,8% поставок (рис.2). Головними споживачами цього виду сільгосппродукції стали Туреччина (26,7%), Нідерланди (22,6%), Франція (10,9%), Об'єднані Арабські Емірати (9,5%), Бельгія (9,4%), Іспанія (7,8%) та Італія (3%).

Аграрні підприємства Миколаївської області з метою ефективного розвитку експорту аграрної продукції доцільно розвивати виробництво екологічно чистої сільськогосподарської продукції без застосування мінеральних добрив і пестицидів, оскільки остання має великий попит в світі і відповідно високий рівень цін.

Товарна номенклатура імпорتنих продовольчих потреб країн Середнього Сходу значною мірою співпадає із структурою експорту агропромислових Миколаївщини, крім того, сільськогосподарські товари в цілому конкурентоспроможні в даному регіоні. Налагодження взаємовигідних торгово-економічних стосунків з Туреччиною, Ізраїлем, Іраном, Єгиптом та іншими державами сприятиме розширенню ринку збуту аграрної продукції підприємств Миколаївської області. Основна проблема експортно-імпорتنих операцій, об'єктом яких є молочна продукція, в досліджуваному регіоні пов'язана із задачею молока та справедливою ціною на нього.

Продукція тваринницької галузі не відзначається високою якістю. Тому основними заходами в цій ситуації мають стати забезпечення повного санітарного контролю за якістю останньої на рівні досліджуваного регіону. Пропонується розробити спочатку національні стандарти на сировину, вивчивши і регламентувавши при цьому вміст у ній білків, жирів, вологи, фосфору тощо, а потім адаптувати їх до міжнародних. Як варіант створення ефективною системи сертифікації аграрної продукції можна рекомендувати створення регіо-

нальної інспекції з якості аграрних експортних товарів в Миколаївській області.

Шляхом виходу з цієї ситуації та з метою підвищення експортних можливостей молока та молочної продукції слід створити об'єднання розрізаних виробників — кооперативи. Витрати на утримання та обслуговування останніх оплачуватимуться спільно всіма господарями корів, що зведе їх до мінімуму, а вигода буде очевидною.

Найбільш перспективним для експорту продуктів аграрного сектора економіки Миколаївської області, згідно наших досліджень, є мед. Світовий попит на даний вид агропродовольчого товару не задоволений, і досліджений регіон може зайняти свою "нішу" на світовому ринку. Так, найбільшими імпортерами меду у світі виступають європейські країни, зокрема Німеччина, яка купує щороку до 90 тис. т, Франція і Великобританія імпортують 15 та 23 тис. т відповідно. Значна частка світового імпорту припадає на США та Японію — близько 24 і 10% відповідно.

У галузі рослинництва основним напрямом підвищення конкурентоспроможності продукції є підвищення її якості за рахунок формування високоякісної насінневої бази. Саме висока культура вирощування та підбір високоврожайних гібридів забезпечують з року в рік відмінні врожаї та найнижчу собівартість вирощеної продукції. Для цього ми пропонуємо аграрним підприємствам Миколаївської області співпрацювати з провідними фірмами, котрі спеціалізуються на даному питанні.

Розвиток експортно-імпорتنих операцій неможливий без урахування факторів мікросередовища підприємства (структура управління, посередники (біржі, торгові дома), агросервісні підприємства, фінансово-кредитні установи тощо). З метою формування дієвих складових останнього нами пропонується внести зміни в організаційну структуру (створити експортний відділ, відділ зовнішньоекономічних зв'язків, зовнішньоторгову фірму), прискорити оборот аграрної продукції через створення торгових домів, відкрити державні МТС, звернути увагу на підготовку кадрів для аграрних підприємств, ведення переговорів з іноземними партнерами та мінімізацію ризиків при укладанні зовнішньоторговельних контрактів.

Окрім аграрних підприємств як безпосередніх суб'єктів здійснення експортних операцій, вагому роль у ефективному розвитку експорту підприємств регіону відіграють держава та місцеві органи влади. На нашу думку, лише системні заходи, реалізовані шляхом виконання завдань операційного і стратегічного

рівнів, забезпечать створення сприятливого середовища для експортерів сільськогосподарської продукції регіону, що, в свою чергу, призведе до підвищення їх конкурентоспроможності.

Надання регіонам певних повноважень у зовнішньоекономічних зв'язках може стати одним із елементів стратегічної моделі розширення зовнішньоекономічних відносин. Адже розбудова спрощеної і раціональної системи зовнішньої торгівлі, стимулювання експортних операцій (з урахуванням потреб національного споживання і підвищення ефективності застосування іноземних інвестицій) повинні спонукати до стабілізації відродження національної економіки.

Стан і подальший розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіонів на теперішній час залежить не тільки від об'єктивних факторів, зумовлених станом їх економіки, а й від рівня організації роботи в цій сфері. Тому координація такої діяльності повинна покладатися на органи місцевого самоврядування. Великого значення набуває робота з керівниками підприємств з питань оновлення асортименту виробів для максимального задоволення вітчизняних споживачів, зменшення випуску товтів із давальницької сировини інофірм, завантаження переробних потужностей вітчизняною сировиною та підприємницьких структур України, які мають кошти для її закупівлі.

Необхідним є повне розкриття експортних потенціалів кожного регіону. Це потребує:

- надання місцевим експортерам безкоштовних консультаційних послуг;
- створення програм залучення іноземних капіталів;
- рекламно-інформаційного забезпечення ЗЕД;
- проведення семінарів, конференцій з проблем регіонального експорту;
- здійснення програм цілеспрямованого сприяння розвитку тих галузей народногосподарського комплексу регіону, що мають найбільший експортний потенціал;
- розробки зовнішньоторговельними установами програм з визначення найбільш перспективних ринків збуту місцевої продукції та послуг;
- сприяння створенню акціонерних товариств для організації зарубіжної торгівлі, що спрощує їх засновникам вихід на світовий ринок та зменшує відповідні витрати.

Керівництво регіонів повинно вважати експорт пріоритетним напрямом діяльності розвитку, активно підтримувати експортні прагнення підприємств. Все це сприятиме освоєн-

ню нових ринків збуту та активізації зовнішньоекономічної діяльності в цілому.

ВИСНОВКИ

Пріоритетним напрямом зовнішньої торгівлі області має стати подальше поглиблення торговельних відносин з країнами ЄС, де визначальним завданням є нарощування обсягів реалізації готових виробів. А саме: зерна, насіння соняшнику, молокопродуктів, меду, цукру. Для забезпечення останнього, на нашу думку, необхідно:

- сприяти залученню іноземних інвесторів;
- сприяти технічному і технологічному переоснащенню потужностей для виробництва експортної продукції;
- закріпитись на традиційних та освоєння нових ринків збуту;
- активізувати міжрегіональне співробітництво;
- впровадити в практику найбільш ефективні форми співпраці із зарубіжними країнами.

Література:

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 29.
2. Румянцева А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посіб. / А.П. Румянцева, Н.С. Румянцева. — К.: ЦНД, 2004. — 377 с.
3. Загородній А.Г. Зовнішньоекономічна діяльність: термінологічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк — К.: Кондор, 2006. — 168 с.
4. Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: [навч. посібник] / Кредісов А.І. — 2-ге вид., випр. і доп. — К.: ВІРА-Р, 2002. — 552 с.
5. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: [навч. посіб.] / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвинова, І.Ю. Сіваченко. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 792 с.
6. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств: [навч. посібник для студ. вузів] / Г.М. Дроздова. — К., Центр навчальної літератури, 2004. — 247 с.
7. Андрійчук В. Менеджмент: прийняття рішень і ризик: [навч. посібник] / В. Андрійчук., Л. Бауер. — К.: КНЕУ, 1998. — 316 с.
8. Стан сільського господарства в області у 2009 році: доповідь. — Миколаїв: Миколаївське обласне управління статистики, 2010.
9. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК: підручник / Й.С. Завадський. — К.: Вища шк., 1992. — 367с.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.