

УДК 63.002.6.009.12

В. В. Курило,
Миколаївський національний аграрний університет
Ю. А. Зозуля,
Миколаївський національний аграрний університет

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто поняття конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Виявлено особливості конкурентоспроможності продукції сільського господарства та сільськогосподарського підприємства.

Competitiveness of agricultural products is considered. The particularities of competitiveness of agricultural products and agricultural enterprise are analysed.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, підприємство, сільське господарство.
Key words: competitiveness, product, enterprise, agriculture.

Сучасні умови розвитку визначили, що конкурентоспроможність є одним із основних показників, що використовуються для аналізу економіки країни в цілому, окремих галузей, товаровиробників та продукції. Для України важливою є проблема конкурентоспроможності, формування та реалізації конкурентних переваг сільськогосподарських виробників.

Проблема формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції досліджувалася в роботах вчених: В.Я. Амбросова, В.Г. Андрійчука, П.С. Березівського, О.Д. Гудзинського, А.А. Євчук, В.К. Збарського, І.Г. Кириленка, О.О. Красноруцького, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, В.Я. Месель-Веселяка, О.В. Олійника, П.Т. Саблука та інші.

Мета статті — сформулювати чинники впливу на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та запропонувати шляхи формування конкурентних переваг сільськогосподарської продукції та підвищення її конкурентоспроможності.

В умовах глобалізації України необхідно повною мірою усвідомлювати слабкі сторони аграрної економіки. До них насамперед відносяться криза ресурсного потенціалу та складний фінансовий стан сільськогосподарських товаровиробників, нерозвиненість ринкової та виробничої інфраструктури, загострення соціальних проблем у сільській місцевості, недостатність державного регулювання та підтримки аграрного виробництва. Економічні та інве-

стиційні умови, в яких відбувається діяльність вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників, не можна поки що порівняти з умовами, створеними для фермерів у країнах ЄС.

Україна має декілька основних конкурентних переваг у розвитку експорту продукції сільського господарства: сприятливі кліматичні умови, багаті сільськогосподарські ресурси (у т.ч. високоефективні ґрунти та придатні для зрошення землі), наявність у великій кількості водних ресурсів, досягнутий останнім часом прогрес у галузі сільськогосподарської торгівлі та розвитку підприємництва, а також близькість до основних іноземних ринків із постійно зростаючим попитом на сільгосппродукцію [1].

Конкурентоспроможність продукції — це сукупність їх споживчих властивостей, яка характеризує їх відмінність від аналогічної продукції іншого товаровиробника за ступенем відповідності у задоволенні потреб споживачів до розміру, забарвлення, смакових та інших параметрів якості та вартості (ціни, собівартості). Вона формується в процесі виробництва, зберігання, транспортування та товарної доробки продукції, а визначається на ринку в процесі її купівлі-продажу за допомогою цін. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції залежить від системи економічних, консументних, нормативних, екологічних, маркетингових параметрів (рис. 1).

Головними у забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому ринку є економічні критерії (зокрема низькі експортні ціни).

Водночас консументні параметри, що визначають властивості продукції та якість зберігаючих і фумігаційних послуг та нормативні параметри, реалізуються частково, тоді як екологічні та маркетингові критерії майже не використовуються експортерами у формуванні конкурентних переваг української сільськогосподарської продукції на світовому ринку, що знижує ефективність, гнучкість та стабільність зовнішньоекономічної діяльності в довгостроковій перспективі.

Відповідно, невикористаний потенціал консументної складової визначає напрями підви-

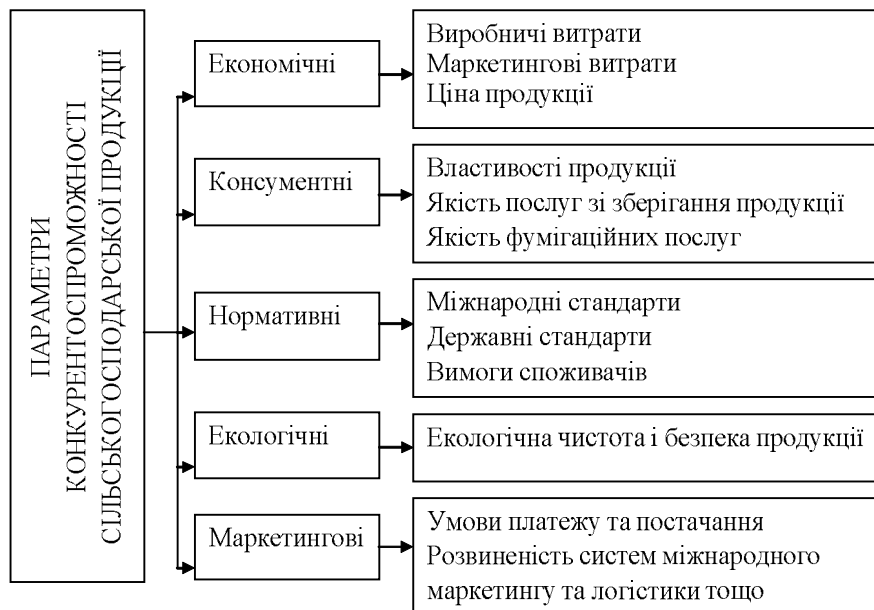


Рис. 1. Параметри конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції [2]

щення конкурентоспроможності продукції вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників у короткостроковій перспективі. Складність реалізації консументних конкурентних переваг обумовлена необхідністю збалансування різновекторних економічних інтересів суб'єктів ринку в процесі формування якісних параметрів продукції на всіх етапах технологічного ланцюга.

Нормативна складова конкурентоспроможності знаходиться в процесі становлення. Вдосконалення діючих національних стандартів якості сільськогосподарської продукції та їх гармонізація з міжнародними має велике значення як для виробників, так і експортерів: з одного боку, використання точних методів виміру якісних параметрів продукції сприятиме розв'язанню проблеми необ'єктивного визначення її класів (гатунків) і, відповідно, становленню рівноправних економічних відносин між суб'єктами аграрного та переробного секторів внутрішнього ринку; з іншого, існування гармонізованих стандартів сприятиме зниженню додаткових витрат експортерів на проведення повторної сертифікації продукції в країнах-експортерах.

Екологічна чистота і безпека — вагомий, проте нереалізований в Україні фактор конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Внаслідок економічної кризи, зокрема, дефіциту оборотних активів у аграріїв, в останні роки значно зменшилося використання мінеральних добрив, відповідно, призупинилися втрати природної родючості ґрунтів. Сьогодні країна має значні площі екологічно чист-

тих чорноземів, які можуть бути переведені на органічне землеробство протягом відносно короткого періоду. Маркетингова складова конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції розвинута недостатньо. Продаючи високоякісну екологічно чисту українську сільськогосподарську продукцію за демпінговими цінами, експортери отримують можливість швидкої її реалізації на зовнішніх ринках без додаткових вкладень у розвиток власних збутових систем. Відсутність у багатьох агроекспортерів довгострокової маркетингової стратегії обмежує їх можливості відносно забезпечення ефективного просування та збуту товару на зовнішніх ринках, проведення зваженої цінової політики, формування сучасної концепції міжнародного продукту.

Слід відмітити, що деякі агропідприємства вже організують агровиробництво таким чином, який дозволяє сертифікацію їх продукції як органічної. Маркетингова складова конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції розвинута недостатньо. Продаючи високоякісну екологічно чисту українську сільськогосподарську продукцію за демпінговими цінами, експортери отримують можливість швидкої її реалізації на зовнішніх ринках без додаткових вкладень у розвиток власних збутових систем. Відсутність у багатьох агроекспортерів довгострокової маркетингової стратегії обмежує їх можливості відносно забезпечення ефективного просування та збуту товару на зовнішніх ринках, проведення зваженої цінової політики, формування сучасної концепції міжнародного продукту [2].

У сучасних умовах конкурентні переваги продукції аграрного сектору України підвищуються за рахунок низької собівартості, але зменшуються через низький рівень державної підтримки. За всіма видами сільськогосподарської продукції, крім м'яса, частка ціни продажу у роздрібній ціні не перевищує 40%. Частка ціни зерна пшениці в ціні борошна становить близько 20%. Звичайно, такий рівень цін на сільськогосподарську продукцію не дозволяє сільськогосподарським підприємствам окупати витрати на її виробництво, і вони змушені його скорочувати. Такі умови не сприяють підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, тому що вони негативно позначаються на розвитку виробництва. Зниження втрат сільськогосподарської сировини та поглиблення її переробки стосується тих сфер, де за участю іноземного капіталу можна за короткий термін отримати

значний економічний ефект шляхом створення порівняно невеликих підприємств, які не потребують великих вкладень і забезпечують швидку окупність початкових витрат при невисокому ризику для іноземних інвесторів.

Проблеми якості сільськогосподарської продукції полягають не тільки у формуванні національних підходів до нових стандартів якості, але й у розумінні якості сільськогосподарської продукції в контексті генетично модифікованих культур, що тісно пов'язано з менталітетом населення. Тому важливою й необхідною є розробка нових стандартів якості продовольчих товарів для відповідності міжнародним вимогам.

Вітчизняна сільськогосподарська продукція має низький рівень якості (хоча в багатьох випадках це не відповідає дійсності), внаслідок чого ціни на неї суттєво знижуються. Тому поліпшення якості є важливим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках [5].

На формування конкуренції в сільському господарстві особливий вплив мають взаємини між господарствами-виробниками сільськогосподарської продукції й підприємствами переробки. Конкуренція між ними проявляється на ринку збуту продукції при встановленні ціни на продукцію сільського господарства, яка для переробного підприємства є сировиною, при встановленні закупівельних цін та при визначенні частки закупівельної ціни у роздрібній ціні продукту.

Сільське господарство країни розвивається в складних природнокліматичних умовах і для свого стійкого розвитку об'єктивно вимагає підвищених витрат праці, матеріальних і фінансових коштів. Характеризуючи внутрішнє середовище сільськогосподарських підприємств, необхідно звернути увагу на такі особливості:

- використання у виробництві великих земельних площ;
- значна залежність від погодних умов;
- розтягнутий виробничий цикл;
- використання у виробництві живих організмів тощо.

На технологію виробництва впливає й та обставина, що в аграрному секторі переважають невеликі, порівняно з іншими галузями виробництва, підприємства. Значна частина виробничих процесів у сільському господарстві зосереджена у фермах із сімейною організацією праці.

Переважає більшість показників конкурентоспроможності базуються на інформації про

обсяги зовнішньої торгівлі та призначені в основному для міжнародних порівнянь, хоча їх можна використовувати також для визначення конкурентоспроможності окремих виробництв і розраховувати для окремого товару або товарної групи. Показники рівня конкурентоспроможності, як відомо, є відносними, оскільки можуть бути визначені тільки в результаті порівняння. Для оцінки конкурентоспроможності аграрної галузі вітчизняні спеціалісти використовують показники: чистий експорт, частка імпортованої агропромислової продукції на внутрішньому ринку, обсяги продажу, частка в світовому виробництві та світовому експорті даного виду аграрної продукції та ін. [4].

Одним з основних завдань, що стоять перед вітчизняними агропідприємствами на сучасному етапі їх функціонування і розвитку, є нейтралізація негативного ефекту "індукованої неконкурентоспроможності", наслідком якої є масова втрата конкурентоспроможності підприємствами, викликана вступом України до СОТ, відкритістю вітчизняних ринків для іноземних товаровиробників, виникненням психологічного бар'єру недовіри у свідомості споживачів відносно товарів, вироблених українськими продуцентами, перед іноземними товарами, тощо. Гарантом конкурентоспроможності країни та її регіонів повинні стати адаптаційні механізми щодо створення економічно ефективною і соціально захищеною системи виробництва і реалізації товарів та послуг [3].

Адаптаційний механізм підвищення конкурентоспроможності української продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках необхідно орієнтувати на реалізацію невикористаних конкурентних переваг вітчизняної агропродукції, поклавши в його основу такі принципи:

— системний розвиток всіх параметрів конкурентоспроможності, а не домінування окремих складових (зокрема економічних);

— збалансування різноспрямованих економічних інтересів виробників, експортерів та держави в процесі забезпечення та використання конкурентного потенціалу українського аграрного ринку;

— реалізація певних конкурентних переваг української продукції на світовому ринку не повинна знижувати конкурентоспроможність вітчизняних аграріїв та їх продукції на внутрішньому ринку.

Враховуючи наведені принципи, можна зазначити, що для підвищення конкурентоспро-

можності сільськогосподарської продукції необхідно вирішувати такі завдання:

— забезпечення сільськогосподарських товаровиробників сучасною технікою;

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

— фінансування сільськогосподарського виробництва та 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 регіонах [5].

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції формується під впливом багатьох показників та факторів, які і визначають успішну діяльність підприємств на внутрішньому та на зовнішньому ринку. Розуміння факторів конкурентоспроможності є основою при прийнятті ефективних управлінських рішень щодо посилення ринкових позицій підприємств.

Література:

1 Ліпанова О.І. Формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізації / О.І. Ліпанова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 8. — С. 13—17.

2. Бобов Г.Б., Кузьменко І.В., Михайлишина Л.В. Формування конкурентоспроможності сільського господарства України // Економічний форум. — 2011. — Вип.2. — С. 16—28.

3. Нікішина О.В. Механізм підвищення конкурентоспроможності українського зерна на внутрішньому та зовнішньому ринках // Труды Одесского политехнического университета: Научный и производственно-практический сборник по техническим и естественным наукам. — Одесса, 2008. — Вып. 1 (29). — С. 260—265.

4. Голомша Н.Є. Конкурентоспроможність зернових на аграрному ринку / Н.Є.Голомша // Економіка АПК. — 2009. — № 12. — С. 83—87.

5. Кондратюк О.І. Конкурентоспроможність сільського господарства та шляхи її підвищення / О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 1. — С. 56—63.

Стаття надійшла до редакції 06.11.2012 р.