

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

Вступ. Вирішення проблем функціонування зернопродуктового підкомплексу тісно пов'язане зі збільшенням обсягів виробленого зерна, покращення його якості та підвищення ефективності його виробництва. Як цінний продукт, що забезпечує продовольчу безпеку країни, зерно як товар користується значним попитом на вітчизняному і закордонному ринках. Зерновиробництво є одним із основних джерел грошових надходжень для сільськогосподарських товаровиробників.

Оскільки зернове господарство виступає сировинною базою для усього зернопродуктового підкомплексу першочерговим у стратегії розвитку є не допустити у подальшому зменшення обсягів виробництва зерна. Зерновиробники повинні повністю задовольняти внутрішні потреби держави у продовольчому та фуражному зерні та збільшувати експортні можливості.

Стратегічні аспекти розвитку зернопродуктового підкомплексу розглядали у своїх працях Лебедєв К.А.[1], Радченко Н.В.[3], Плотнікова М.Ф., Мосейчук В.В.[2] та інші науковці.

Постановка завдання

Метою статті є визначення напрямів стратегічного розвитку підприємств зернопродуктового підкомплексу з урахуванням їх потенційних можливостей та конкурентних переваг продукції, що ними виробляється.

Результати

Реалізацію стратегії розвитку зернопродуктового підкомплексу необхідно розпочинати з його стабілізації, використання економічних, організаційних, техніко-технологічних важелів для збільшення обсягів виробництва продукції, а також покращення її якісних характеристик.

Стратегічно важливим є техніко-технологічне переозброєння підприємств зернопродуктового підкомплексу. Оскільки устаткування цих підприємств є застарілим, зношеність основних виробничих фондів складає близько 60%, лише 10% наявного обладнання відповідає сучасному світовому рівню, а значну долю у виробництві продукції займає ручна праця.

У подальшому розвитку зернопродуктового підкомплексу значну увагу необхідно приділити врегулюванню міжгалузевих відносин між виробниками зерна, переробними підприємствами та галузями матеріально-технічного забезпечення процесів виробництва та переробки зерна. Це передбачає вдосконалення системи ціноутворення на сільськогосподарську і промислову продукцію, розвиток більш тісної міжгалузевої інтеграції та господарської кооперації, відродження прямих зв'язків між суб'єктами зернопродуктового підкомплексу.

Головною рушійною силою розвитку зернопродуктового підкомплексу регіону є зміцнення інноваційної бази. Формування потенціалу інноваційного розвитку визначають технічні нововведення та управлінські інновації. Технічне переозброєння підприємства для використання передових технологій вимагає значні капітальні вкладення, а за відсутністю коштів це ускладнюється пошуком інвесторів або

накладанням на підприємство кредитного тягарю. Для реалізації управлінських інновацій керівникам та менеджерам підприємств достатньо мати відповідну освіту та постійно збагачувати свої знання новими відкриттями у сфері управління.

При розробці стратегії розвитку зернопродуктового підкомплексу важливо враховувати виробничий потенціал регіону, реальні конкурентні властивості продукції та зміни, що відбуваються у світогосподарських зв'язках під впливом глобалізаційних факторів.

Таблиця 1

Завантаженість підприємств зернопродуктового підкомплексу Запорізької області у 2009 році

Підприємства	Кількість підприємств, шт.	Виробничий потенціал, тис.т	Фактичний обсяг виробництва (зберігання), тис.т	Завантаженість підприємств, %
Елеватори	38	1764,7	847,1	48,0
Борошномельні	83	260,0	77,0	29,6
Хлібопекарні	95	210,0	73,0	34,8
Круп'яні	68	6,0	4,8	80,0
Макаронні	15	13,0	1,5	11,5
Комбікормові	121	800,0	235,6	29,5
Пивоварні	3	40,0	37,8	94,5

* розрахунки автора на основі оперативних даних Головного управління статистики у Запорізькій області

Функціонування підприємств зернопродуктового підкомплексу далеко від їх потенційних можливостей. Це підтверджується дуже низьким рівнем рентабельності та незначною їх завантаженістю. Завантаженість зернопереробних підприємств Запорізької області свідчить про те, що виробничий потенціал підкомплексу в середньому використовується менше ніж на 47% (табл. 1).

Незначна завантаженість борошномельних та хлібопекарних підприємств пояснюється наявністю зернової сировини низької якості переважно фуражних класів. Відсутність достатньої кількості пшениці твердих сортів призводить до завантаження макаронних підприємств лише на 11,5%. Через занепад тваринництва виробничий потенціал комбікормових підприємств використовується лише на 29,5%. Але ці дані можуть бути дещо викривлені через недосконалу систему статистичного обліку, та ведення тіньового виробництва значної кількості дрібних підприємств.

Головною умовою успішного функціонування підприємства є конкурентоздатність товару, який воно представляє на ринку. Дана характеристика вказує на можливості товару задовольняти потреби покупців, не відставати при порівнянні з аналогічними товарами інших виробників та продаватися за цінами не нижче середньоринкових.

Конкуренція виступає як сила, що вирівнює ринкові ціни на товари. Вона може проявлятися у формі внутрішньогалузевої та міжгалузевої конкуренції.

Внутрішньогалузева конкуренція – це суперництво між товаровиробниками за

більш вигідні умови виробництва і реалізації товарів в межах однієї галузі. Міжгалузєва конкуренція – це конкуренція між виробниками товарів різних галузей за більш вигідні сфери застосування капіталу.

Системний ефект конкурентної переваги зерна Запорізької області можна оцінити на основі індексу конкурентоспроможності, який визначається як співвідношення між обсягом зерна яке експортується за межі регіону, та обсягом імпортованого зерна:

$$I = 25016,9 / 60,6 = 412,8.$$

Оскільки ми отримали результати більше одиниці, можемо стверджувати про те, що зерно Запорізької області є конкурентоспроможним. Основними факторами конкурентоздатності зерна, що виробляється у Запорізькій області, є рівень його якості, інфраструктура та ціна.

Виконуючи обліково-вимірвальну, регулюючу, розподільчу та стимулюючу функції, ціна стала найбільш визначальним фактором у виробництві зерна. Перевагу цінового фактору можна забезпечити за рахунок зменшення кількості комерційних структур на шляху від виробників до покупців зерна. Мова йде про реалізацію зерна на товарних біржах, що є дієвим механізмом формування відносно високих рівнів цін. І хоча у Запорізькій області функціонує лише одна товарна біржа, що може вести торги зерном, все більше виробників, маючи бажання отримати справедливую ціну за свій товар, стають її учасниками.

Важливе значення у підвищенні конкурентоздатності суб'єктів зернопродуктового підкомплексу має фактор розвитку інфраструктури. Та безумовно, основним фактором конкурентоздатності товару є рівень його якості. І хоча останнім часом характеристика зерна по цьому показнику дещо погіршилась (серед загального обсягу валового збору значно збільшилась частка фуражного зерна), в цілому, зерно зібране у Запорізькій області можна класифікувати як натуральне, що дає йому значну перевагу над генномодифікованим зерном.

Важливим елементом розробки стратегії розвитку зернопродуктового підкомплексу є кількісна оцінка конкурентоздатності продукції, що ним виробляється. Ця оцінка необхідна для визначення того, наскільки продукція здатна задовольняти потреби покупців у порівнянні з подібною продукцією конкурентів.

Для кількісної оцінки конкурентоздатності користуються різними методами. Нами розглянуто метод розрахунку інтегрального показника конкурентоздатності пшениці трьох виробників, що знаходяться в межах одного кліматичного регіону (табл. 2). При розрахунку враховуємо ті показники, що є базовими на етапах вирощування та збору урожаю. Оскільки від ефективної діяльності виробників саме на цих етапах залежить, чи отримують вони пшеницю високої якості, що відповідає діючим стандартам.

Таблиця 2

Інтегральний показник потенційної конкурентоздатності пшениці у 2009 році

Найменування показників	ТОВ «Адоніс-Люкс»			ПП Ткачов			ФГ «Істок»		
	Вага показника	Бал показника	Оцінка	Вага показника	Бал показника	Оцінка	Вага показника	Бал показника	Оцінка

Ефективність агротехнології	0,16	3	0,48	0,16	2	0,32	0,16	2	0,32
Якість садивного матеріалу	0,3	3	0,9	0,3	2	0,6	0,3	3	0,9
Якість засобів захисту рослин	0,07	1	0,07	0,07	2	0,14	0,07	1	0,07
Родючість ґрунтів	0,17	3	0,51	0,17	2	0,34	0,17	2	0,34
Рівень матеріально-технічного забезпечення	0,15	2	0,3	0,15	3	0,45	0,15	3	0,45
Продуктивність технічних засобів	0,15	3	0,45	0,15	2	0,3	0,15	3	0,45
Інтегральний показник	1	-	2,71	1	-	2,15	1	-	2,53

* розрахунки автора

Максимальний інтегральний показник конкурентоздатності пшениці 2,71 ТОВ «Тур» (табл. 2) засвідчує найкращий рівень розвитку базових характеристик на етапах вирощування і збору пшениці. Отже ТОВ «Тур» на цих етапах є найбільш потенційно конкурентоспроможним підприємством.

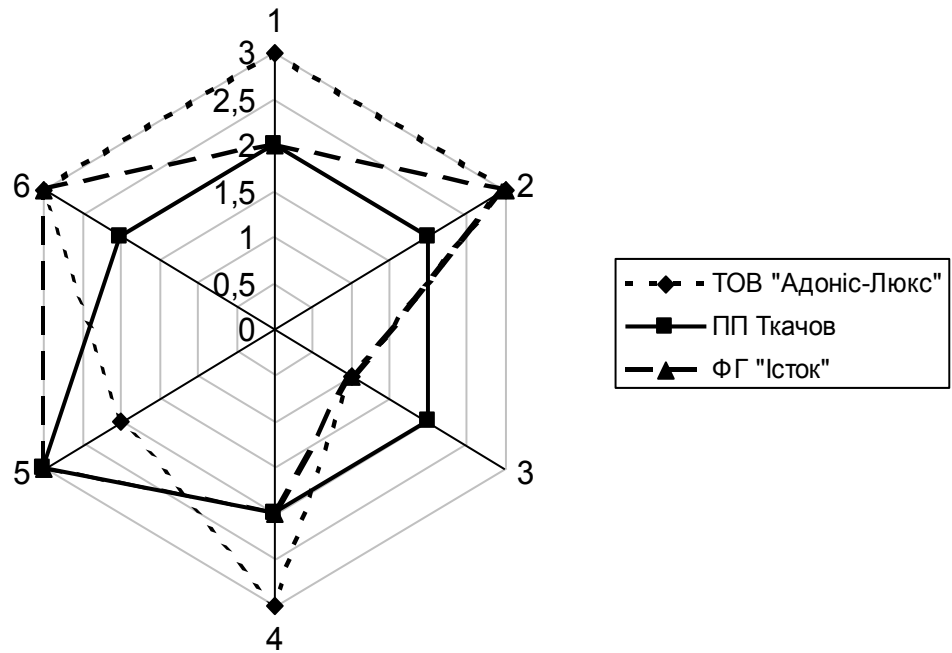
В ситуації, коли керівництво кожного підприємства прагне визначити конкурентні переваги своєї пшениці, а також основні напрями підвищення її потенційної конкурентоспроможності необхідно використати метод побудови “Багатокутника конкурентоспроможності” (рис. 1).

Рівень потенційної конкурентоспроможності пшениці кожного з підприємств складає, відповідно:

$$S_{\text{ТОВ}} = \frac{1}{2} \cdot \frac{\sqrt{3}}{2} \cdot (3 \cdot 3 + 3 \cdot 1 + 1 \cdot 3 + 3 \cdot 2 + 2 \cdot 3 + 3 \cdot 3) = 15,59;$$

$$S_{\text{ПІІ}} = \frac{1}{2} \cdot \frac{\sqrt{3}}{2} \cdot (2 \cdot 2 + 2 \cdot 2 + 2 \cdot 2 + 2 \cdot 3 + 3 \cdot 2 + 2 \cdot 2) = 12,12;$$

$$S_{\text{ФГ}} = \frac{1}{2} \cdot \frac{\sqrt{3}}{2} \cdot (2 \cdot 3 + 3 \cdot 1 + 1 \cdot 2 + 2 \cdot 3 + 3 \cdot 3 + 3 \cdot 2) = 13,86.$$



1 – ефективність агротехнології;
 2 – якість садивного матеріалу;
 3 – якість засобів захисту рослин;

4 – родючість ґрунтів;
 5 – рівень матеріально-технічного забезпечення;
 6 – продуктивність технічних засобів

Рис. 1. Багатокутники потенційної конкурентоспроможності пшениці

Найбільшу площу багатокутника 15,59, а відповідно і найбільший рівень потенційної конкурентоспроможності має пшениця ТОВ «Адоніс-Люкс». А рівень потенційної конкурентоспроможності ПП Ткачов і ФГ «Істок» складає 12,12 і 13,86.

Завдяки побудованому багатокутнику помітно, що кожне з підприємств має як конкурентні переваги, так і недоліки, що заважають отриманню урожаїв пшениці високої якості. Серед конкурентних переваг ТОВ «Адоніс-Люкс» можна відмітити якість садивного матеріалу, ефективність агротехнології, продуктивність технічних засобів, а також родючість ґрунтів, що є у власності підприємства. Основним недоліком є недостатня якість засобів захисту рослин, що використовує підприємство у процесі вирощування пшениці.

Підприємства зернопродуктового підкомплексу здійснюють свою діяльність в умовах нестійкого зовнішнього і внутрішнього середовища. До основних чинників, що постійно впливають на підприємства належать кризові явища в економіці країни, зміни в структурі попиту, зміни платоспроможності населення, впровадження нових технологій, зміна структури персоналу та ін. Заради збереження своєї конкурентоспроможності на ринку, забезпечення стійкого функціонування підприємствам необхідно постійно адаптуватися до змін, що відбуваються, і вносити коригування у свою діяльність. Від підприємства потрібна наявність певних адаптивних можливостей, що дають йому змогу швидко та ефективно реагувати на зміни.

Висновки. Не зважаючи на те, що техніко-технологічне озброєння підприємств зернопродуктового підкомплексу майже не відповідає сучасному

світовому рівню, а їх виробничий потенціал використовується менше ніж на 47%, продукція, що ними виробляється є достатньо конкурентоспроможною.

Стратегічно важливими напрямками розвитку підприємств зернопродуктового підкомплексу є їх техніко-технологічне переозброєння, врегулювання міжгалузевих відносин між виробниками зерна, переробними підприємствами та галузями матеріально-технічного забезпечення, розвиток інноваційної бази.

Список використаних джерел:

1.Лебедев К.А. Стратегія розвитку зернопродуктового підкомплексу України / К.А.Лебедев // Економіка АПК. – 2009. - №3. – с.119-123

2.Плотнікова М.Ф., Мосейчук В.В. Стратегічні орієнтації підприємств хлібопекарської промисловості / М.Ф.Плотнікова, В.В.Мосейчук // Економіка АПК. – 2007. - №12. – с.42-48

3.Радченко Н.В. Развитие конкурентной стратегии зернопроизводства в Крымском регионе / Н.В.Радченко // Економіка АПК. – 2007. - №9. – с.120-123