

ШИШКІНА К.В., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій

КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

В статті показано проблеми виробництва екологічно-безпечної продукції та її конкурентоздатність. Запропоновано заходи, які сприятимуть подальшому підвищенню конкурентоздатності продукції.

Ключові слова: конкурентоздатність, екологія, виробництво продукції, харчова промисловість.

This article shows the problems of production of environmentally safe products and its competitiveness. The measures that will further improve product competitiveness.

Key words: competitiveness, environment, production, food industry.

Вступ. Сучасний період економічного розвитку України супроводжується переходом економіки на ринкові принципи господарювання, тобто до ринкових відносин, і формуванням у зв'язку з цим сучасного економічного простору, у якому діють підприємницькі структури. Це вимагає вирішення зовсім нових для них завдань, викликаних кардинальним реформуванням їхньої організації і управління на основі усебічного використання досягнень сучасної управлінської науки і практики – формування високої і стійкої в часі конкурентоздатності.

Постановка завдання. Вступ України до Світової організації торгівлі потребує від економістів усвідомлення зв'язків між конкурентоздатністю товарів та конкурентоздатністю підприємств, а від науковців – розробки сучасних методів управління рівнем конкурентоздатності товарів та підприємств.

Конкурентоздатність країни або регіону залежить від здатності створювати ефективну, здібну до інновацій систему виробництва товарів і послуг, і тим самим забезпечувати високі стандарти життя. Сьогодні поки такі умови не створені. За прогнозами фахівців чисельність населення України до 2050 року зменшиться на 21,8 млн. чол. Шкідливі для здоров'я продукти харчування складають проблему для людей. Харчові хвороби залишаються серйозним питанням охорони здоров'я як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. На сьогодні хвороби органів травлення серед населення України займають друге місце після серцево-судинних. Враховуючи дані показники і майбутнє (протягом наступних 10 років прогнозується збільшення загального числа випадків смертей на 17%), а також враховуючи той факт, що очікувана тривалість життя в середньому в Україні майже на 10 років нижча, ніж в економічно розвинених країнах Європи (у середньому 62 роки для чоловіків та 73 – для жінок) – то профілактика цих хвороб являє собою важливу проблему суспільного здоров'я [1]. Тому забезпечення населення якісними продуктами харчування і підйом конкурентоздатності є актуальними не тільки для України, але й для інших країн. Для мільярдів людей по усьому світу щоденна праця по вирощуванню, покупці або продажі продуктів харчування становить

основний зміст їх життя. Але це важливо не тільки для них, але й для усіх країн.

Конкурентоздатність країни або регіону залежить від здатності створювати ефективну, здібну до інновацій систему виробництва товарів і послуг, і тим самим забезпечувати високі стандарти життя.

Одна з найважливіших задач розвитку підприємства і країни в цілому нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості продуктів харчування та покращенням їх якості, досягненням конкурентоздатності продукції на світовому ринку. Загострення конкурентної боротьби (за збут своєї продукції, за місце на ринку) поміж підприємствами-виробниками змушує шукати їх нові засоби впливу на рішення покупців.

Передовий закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливості реалізації продукції, крім якості, визначаються значним числом параметрів і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну. Підтримка діяльності підприємств харчової промисловості, в умовах посилення конкуренції, потребує більш глибокого наукового дослідження, надання низки практичних рекомендацій з вибору та реалізації стратегії конкуренції, враховуючи особливості вітчизняної економіки.

Результати. Дослідженням конкуренції займаються вчені вже досить довгий час, при цьому існує багато поглядів щодо конкуренції, і це поняття змінювалось в залежності від трансформаційних процесів в економіці. Спершу, в основу сутності терміну конкуренція було покладено поняття – суперництво. У сучасному сприйнятті суперництво розглядають лише як ознаку поведінки якогось об'єкту, в той час як конкуренція характеризує модель ринку, за допомогою якої виникає можливість передбачати поведінку цього об'єкту на конкретному ринку. Саме це покладено в основу дослідження поведінки конкурентів та механізму забезпечення конкурентоздатності підприємства. Рішенням цієї проблеми займаються багато вчених-економістів. Це пов'язано з підвищенням швидкості динамічних економічних процесів в Україні, невизначеністю та

мінливістю як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ підприємства.

Уперше науково-теоретичні аспекти конкуренції були започатковані й узагальнені зарубіжним вченим Адамом Смітом. Подальший вклад в розвиток теорії науки внесли Д. Рікардо, Дж. Робінзон, Й. Шумпетер, Ф.А. Хайек, К.Р. Макконел, С.Л. Брю, М.Е. Портер та інші. В результаті проведеної ними роботи було сформульоване поняття конкуренції, а також розроблений гнучкий механізм конкуренції, який об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку. Це так званий механізм «незримі руки», який і досі діє в розвинутих країнах.

У результаті сучасного розвитку конкуренції, науковці почали приділяти їй особливу увагу. Російські вчені А.Ю. Юданов, Ш.Ш. Магомедов, Р.А. Фатхутдінов, А. Брилев, А.Б. Кулешова та інші вважають за необхідне створення міцної законодавчої бази для управління процесами конкуренції.

Українські вчені В.І. Крамаренко, Б.І. Холод, С.С. Гаркавенко, О.Д. Гудзинський, Г.Г. Пастернак-Таранущенко, В.А. Полторак та інші впевнені в необхідності вимірювання конкуренції на державному рівні.

У будь-якому випадку конкуренція стає економічною основою, що вимагає чіткого регулювання з боку держави. Кожна держава мусить мати чітку та стабільну законодавчу базу, що регулює і контролює дії підприємств у конкурентній боротьбі.

На законодавчому рівні перше визначення поняття "конкуренція" в Україні містилось у статті 1 Закону України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності", де визначалось, що "конкуренція - змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, яких потребує споживач" [2].

Дуже важливим моментом у формуванні конкурентоздатності є вивчення й аналіз внутрішнього середовища підприємства і ринкового конкурентного середовища. Невірна або недостатня оцінка останніх сприяє помилковій розробці стратегії. Це ставить під сумнів і досягнення мети високої конкурентоздатності.

Склад конкурентної стратегії практично будь-якого підприємства можна представити за допомогою простої графічної схеми (рис. 1).

Заходи по веденню успішної конкурентної боротьби на ринку



Рис. 1. Склад конкурентної стратегії (М. Портер)

Запропоновані Майклом Портером у книзі «Стратегія конкуренції», яка була видана в 1980 році, загальні конкурентні стратегії сьогодні претендують на деяку універсальність, оскільки практика довела високу їхню ефективність.

На сьогодні не менш важливим фактором конкурентної стратегії підприємства є здатність до інновацій та заходи, спрямовані на підвищення виробництва екологічно безпечної продукції (рис. 2).

Заходи по веденню успішної конкурентної боротьби на ринку

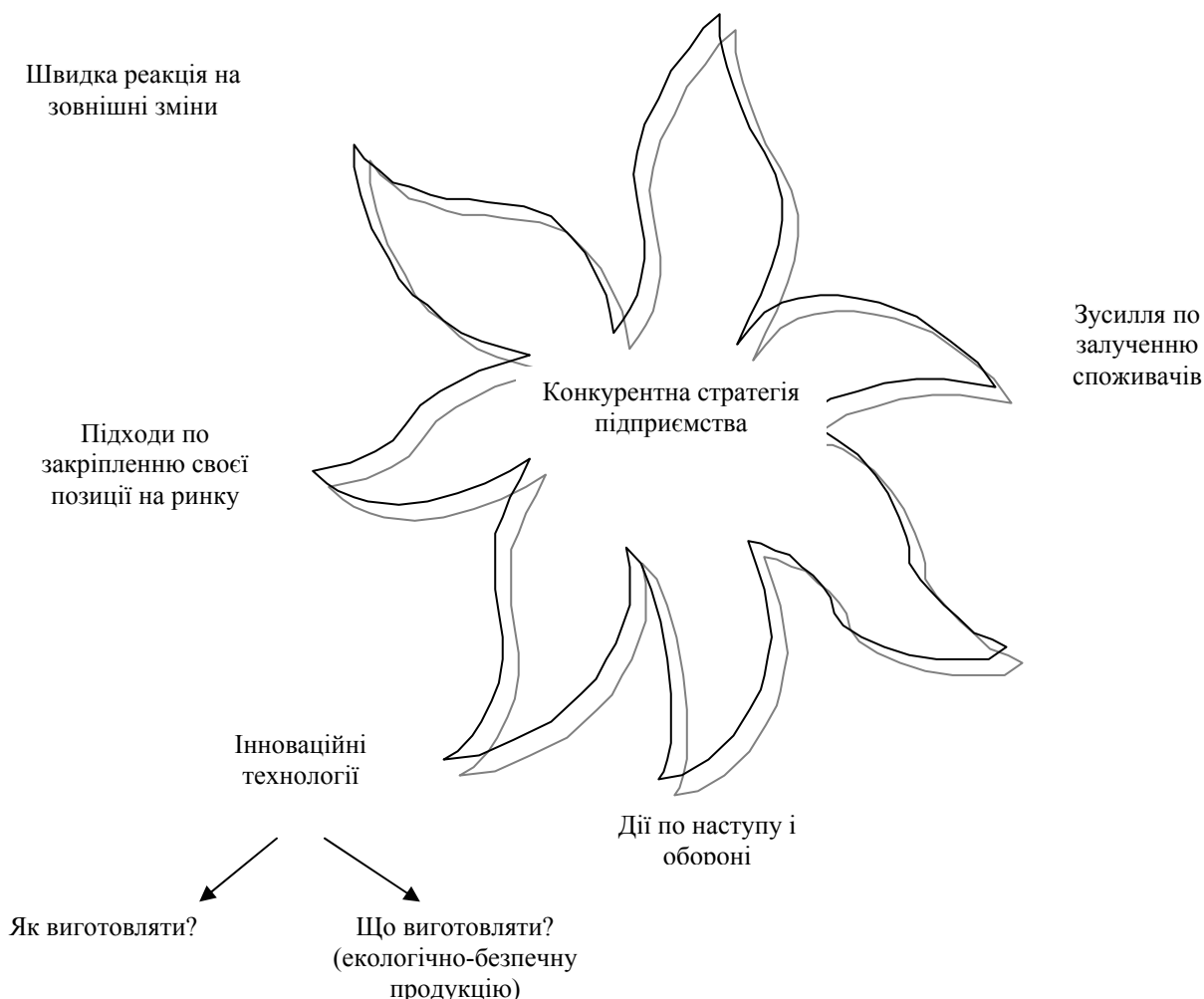


Рис. 2. Склад конкурентної стратегії (Розроблено автором)

Висновки. Враховуючи всі вищенаведені фактори можна зробити висновок, що нині конкурентоздатність продукції харчової промисловості має не лише внутрішній, але й зовнішній аспекти, оскільки значна частина продовольства в нашій країні ввозиться з-за кордону та експортується. Як вже підкреслювалось, харчова промисловість в Україні характеризується всезростаючим дефіцитом власної сировини і продовольства, внаслідок чого в український ринок стрімкими темпами стали надходити імпорتنі сировина і товари, що поставило вітчизняного товаровиробника й населення країни в невідгдане становище. Нині, коли підприємства почали налагоджувати обсяги реалізації, конкуренція набуває жорсткішого характеру.

На нашу думку, конкурентоздатною слід вважати харчову продукцію, вироблену з екологічно-чистої сировини, на основі інноваційних, енергозберігаючих технологій. Це дозволить населенню споживати високоякісну, безпечну продукцію, призведе до надлишків експорту і одержання прибутків. В цьому напрямку держава повинна

стимулювати усіх товаровиробників. Для цього треба створити необхідний економічний механізм, який дає змогу контролювати виробництво продукції, її якість та ціну.

Ключем виходу з кризи є перехід до екологічно чистих, інноваційних технологій.

Здорове харчування набирає оберти і стає також актуальним. Сегмент екологічно чистих продуктів харчування на Заході росте і розвивається вже більше 30 років. Натуральність їжі давно стала в Європі і США важливим чинником, за який певна частина покупців готова платити великі гроші. На сьогоднішній день основними ринками органічних продуктів харчування є Німеччина, Великобританія, Франція, США, Канада і Японія. За даними провідного експерта Інституту кон'юнктури аграрного ринку Росії Тетяни Рибалової, у 2003 р. загальний обсяг світового ринку екологічно чистих продуктів харчування склав близько 28 млрд. доларів (1-3% від загального обсягу продажів продуктів харчування в світі) [5]. За кордоном екологічно чисті продукти коштують в 1,5-3 рази дорожче звичайних. Вимоги до

їх виробників там надзвичайно жорсткі. Земля, на якій планується вирощувати екологічно чисту продукцію, повинна протягом трьох років проходити процедуру очищення (лише після цього їй може бути виданий екологічний сертифікат). При виробництві забороняється використовувати хімічні і мінеральні добрива, а також генетично модифіковані культури.

Попит на екологічно чисту продукцію харчування в Україні вивчався в 2007-2008 рр. [4, 3, 2]. Це дало змогу визначити, що світовий ринок органічної продукції в 2007 р. оцінювався в 27-29 млрд. доларів США, зокрема, в США — 11-13 млрд. та Європі — 10-11 млрд. доларів США, а середній темп його зростання складав близько 10-15%. За прогнозами, у 2010 р. цей ринок може сягнути 29-31 млрд. доларів США. За споживанням органічних продуктів харчування на душу населення світовим лідером є Швейцарія, кожний житель якої в середньому витрачає на них 117 дол. США на рік, до неї наближається Данія з сумою в 73 дол. Цей показник в більшості країн ЄС нині складає 30-50 дол. на рік, а в США — 45 дол., і має тенденцію до швидкого зростання. Нині в світі майже сформувалися повноцінні ринки органічної продукції в таких сегментах, як овочі та фрукти, дитяче харчування, сільськогосподарська сировина для переробки (передусім зерно) та молочні продукти, а тому темпи зростання в них дещо сповільнилися.

Україна має власний, міжнародно визнаний знак маркування продукції "Екологічно чисто і безпечно". Сьогодні майже на всіх продуктах споживання, в тому числі і харчової промисловості, товаровиробники ставлять знак «без генетично-модифікованих організмів», але відсутність правового регулювання призводить до того, що підприємства наносять його на продукцію, не пройшовши сертифікацію і не маючи дозвільних документів. Робота над законопроектом про органічне агровиробництво, яким передбачається поліпшення якості вітчизняної харчової продукції і її наближення до міжнародних стандартів в Україні, лише ведеться. Закон, який зобов'язує виробників інформувати споживача про наявність ГМО в продуктах харчування, вступив в дію на початку 2008 року, але порядок його застосування до цих пір не визначено, і маркування здійснюють всі підприємства. У таких умовах, коли будь-який виробник може оголосити свій продукт «екологічним», не несучи за це ніякої відповідальності, рівень довіри до різноманітних систем екомаркування прямує до нуля. Це відповідно призводить до зниження конкуренто-

здатності того чи іншого виду продукції.

Виконуючи правову функцію, держава зобов'язана розробити законодавство, яке буде регулювати конкуренцію та підвищить якість харчових продуктів.

Отже, виходячи із вищезазначеного, до актуальних завдань розвитку харчової промисловості та утвердження її позицій як конкурентоспроможної галузі промислового виробництва, слід віднести:

- удосконалення чинного законодавства та його дотримання стосовно гарантування захисту прав споживачів, підвищення безпеки продовольчих товарів в зв'язку з використанням штучних замінників;

- покращення існуючої системи ціноутворення через організацію прогнозного аграрного ринку, створення умов для чесної конкуренції;

- оновлення матеріального устаткування та технічного забезпечення підприємств харчової промисловості;

- створення сприятливих економіко-політичних умов для залучення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів, застосування як вже давно відомих, так і нових форм кредитування виробництва тощо;

- розроблення нових нормативних актів та удосконалення, із використанням провідного зарубіжного досвіду, вже існуючих, що спрямовані на захист вітчизняного виробника харчових продуктів.

Державна допомога вітчизняним товаровиробникам повинна мати й непрямий характер — це прийняття законодавчих актів щодо розвитку конкуренції та захисту товаровиробників і споживачів, забезпечення ринковою і статистичною інформацією, встановлення і контроль за дотриманням стандартів якості, митний протекціонізм тощо. Необхідно створити новий закон, який можливо регулював би конкуренцію саме в галузі харчової промисловості.

Головним резервом насичення внутрішнього ринку продуктами й розширення їх експорту є поліпшення використання наявних ресурсів господарств і біокліматичного потенціалу України завдяки впровадженню інтенсивних ресурсозберігаючих технологій, поглибленню спеціалізації виробництва, удосконаленню розміщення культур, поліпшенню структури посівних площ, розширенню переробки і зберігання продукції в місцях її вирощування, а також у результаті перебудови структури виробництва на ресурсоекономний, особливо енергоекономний тип відтворення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Півень Н. Раціон харчування та можливі ризики / Н. Півень // Журнал «Профілактика». – 2009. - № 4. - С. 62-67
2. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» // Відомості Верховної Ради України. - 1992. - № 21. - Ст. 296.
3. Андрощук Г. Захист від недобросовісної конкуренції / Г. Андрощук // Бізнес Інформ. - 1997. - № 4. - С. 25 - 27.
4. Дослідження читацьких переваг // Центр маркетингових досліджень: Кременчук, КДПУ, 2008
5. Шлапак В.О. Про вирощування екологічно чистої овочевої продукції в Україні / В.О. Шлапак // Агрогляд. - 2008. - № 11.