

УДК 636.5: 631.1

Дорош М.М., асистент ©*Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З.Гжицького***ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЧОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Зі вступом України до Світової організації торгівлі виникли якісно нові соціально-економічні умови розвитку сільськогосподарського виробництва: змінилася економічне, інформаційне та правове середовище функціонування підприємств АПК. Зараз у них інша мета і завдання, інший характер діяльності, який все більше набуває форми бізнесу. З'явилися різноманітні за видами та організаційно-правовими формами підприємства. Змінився характер їх зв'язків і взаємовідносин між собою та іншими суб'єктами ринку. Для вітчизняних підприємств збільшуються можливості виходу на міжнародні ринки. Однак, членство нашої держави у СОТ робить український ринок відкритим для іноземних виробників, в результаті чого інтенсивність конкуренції на внутрішньодержавному ринку значно посилюється.

Благополуччя та комерційний успіх підприємств повністю залежать від ефективності їх господарської діяльності.

Постановка проблеми. Як відомо, останнім часом Україна добивається отримання права на постачання птахівницької продукції в країни Європейського Союзу, для чого було проведено декілька інспекцій українських виробників фахівцями Генерального директората Європейської Комісії з охорони здоров'я і захисту прав споживачів [7].

Слід зауважити, що збільшення експорту української продукції неможливе без отримання сертифікатів якості, необхідних для виходу на європейський і світовий ринки збуту, і тому на даний момент ці сертифікати - найбільш важлива мета українського птахівницького комплексу.

На сьогоднішній день, зосередження уваги на якості виробленої продукції, – є першочерговим завданням українського виробника. Адже крім задоволення споживачів в Україні необхідно також стимулювати попит споживчої маси населення за кордоном, та довести конкурентоспроможність товарів українського виробництва до належного європейського рівня. Те, що українська продукція є екологічно чистою з точки зору вмісту консервантів та небажаних домішок і, в деяких випадках дешевшою, – відомо кожному.

На жаль, Україна не має змоги широко експортувати власну продукцію до країн ЄС або в будь яку іншу країну. Причиною цього є відсутність вільної частки на світовому ринку та протекціонізм національного виробника з боку інших держав. В умовах всеосяжного об'єднання країн у союзи та економічні

співтовариства стратегія виходу на міжнародний ринок з кожним днем стає більш складнішою[5].

Забезпечення населення високоякісним продуктами харчування – одна із головних проблем, яку вирішують як економічно розвинуті країни, так і країни з перехідною економікою.

Однією із галузей, яка здатна за короткий термін вирішити практично всі поставлені задачі, – є птахівництво, яке в Україні останніми роками динамічно розвивається.

Успішне вирішення намічених завдань підприємствами птахівничої галузі може бути досягнуто за рахунок створення і реалізації системи управління якістю продукції птахівництва, яка сприятиме як насиченню внутрішнього ринку яйцями та м'ясом птиці, так і завоюванню надійних позицій на світових ринках.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню рівня експортно-імпортних відносин на внутрішньодержавному ринку агропродовольчої продукції, та їх впливу на конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробництва присвячено праці багатьох науковців, серед яких: Г.Л. Азоєв, О.Д. Гудзинський, О.Ф. Кирилюк, І.М. Ліфіц, К.Р. Макконнел і С.Л. Брю, М. Портер, В.К. Савчук, Р.А. Фатхутдинов, Д.Ю. Юданов, та інші вчені. Однак, в більшості вчених-авторів, результати досліджень присвячені загальним питанням конкурентоспроможності, а не конкуренції окремих видів продукції.

Мета дослідження. Завдання дослідження полягають в комплексному вивченні галузі птахівництва та виявленні основних чинників, що формують конкурентоспроможність продукції птахівничих підприємств України в сучасних умовах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Птахівництво в усьому світі розвивається швидкими темпами і є одним з основних, порівняно недорогих джерел надходження білкових продуктів харчування для населення. Проте український внутрішній ринок тривалий час заповнювався імпортними продуктами птахівництва через те, що власне виробництво було значно скорочене.

Ефективний розвиток м'ясного птахівництва в Україні має велике соціально-економічне значення, що полягає у широкому попиті на м'ясо птиці серед населення, оскільки воно є найдоступнішим за ціною, а за своїми смаковими властивостями не поступається іншим видам.

В сучасних умовах, коли Україна стала членом СОТ, значно зріс рівень інтенсивності експортно-імпортних операцій. Суттєво збільшився обсяг як імпорту, так і експорту продукції. Вітчизняні підприємства тепер мають значно більші можливості виходу на світові ринки, в результаті чого рівень валютних надходжень на територію нашої держави постійно зростає. Крім того вихід вітчизняних підприємств на європейські ринки не можливий без сертифікації продукції згідно з діючими світовими нормами. Найбільше це стосується продуктів харчування. Тобто вітчизняна агропродовольча продукція повинна пройти процедуру сертифікації її якості за системами НАССР (Hazard Analysis

and Critical Control Point), ISO 9001:2000 та іншими, прийнятими у світі, що передбачає не лише аналіз якості готової продукції, а й аналіз процесу її виробництва на всіх його етапах. Для проходження такої сертифікації вітчизняні підприємства змушені підвищувати якість власної продукції призначеної як для зовнішнього, так і для внутрішнього ринку [6].

Підвищення якості продукції неможливе без належним чином організованого аналітичного забезпечення управління її формуванням. Отже існує об'єктивна необхідність покращувати рівень аналітичного забезпечення управління діяльністю вітчизняних підприємств. Разом з цим в результаті вступу України до СОТ збільшився рівень імпорту продукції на територію України, що посилює інтенсивність конкурентних відносин на внутрішньодержавному ринку [2].

З приєднанням до СОТ, або як ще її називають "світового ринку" неминуче постає проблема конкурентоспроможності товарів, продукції і послуг українських виробників на внутрішньому та зовнішньому ринках, де рівнозначно виступає конкурентоспроможність ринкових цін та якості продукції. Вирішення цих завдань можливе за умов визначення та реалізації національної політики щодо якості продукції та її конкурентоспроможності, використання норм і правил, які діють на світовому ринку, впровадження міжнародного досвіду у сферу виробництва продукції [1].

Тому, опрацювання нових методів і розробка сучасних систем управління якістю продукції птахівництва, які б відповідали цим вимогам, має важливе суспільно економічне значення для вітчизняного сільськогосподарського виробництва та галузі птахівництва зокрема.

Основними факторами, які впливають на якість продукції птахівництва, є:

- технологічні (виробничі) фактори;
- економічні фактори;
- людський (соціальний) фактор;

До технологічних (виробничих) факторів належать:

- ✓ системи і способи утримання і годівлі птиці;
- ✓ якість кормів;
- ✓ технічний стан і характеристики обладнання;
- ✓ якість засобів виміру і контролю.

Щоб виробляти якісну продукцію, потрібно чітко дотримуватись технології утримання та годівлі птиці та слідкувати за якістю кормів.

До економічних факторів відносяться:

- ✓ ціна;
- ✓ витрати кормів і їх вартість;
- ✓ ступінь товарності продукції;
- ✓ форма оплати праці і величина заробітної плати;
- ✓ преміювання за високоякісну працю і продукцію;
- ✓ співвідношення між якістю продукції, собівартістю і ціною.

Проблема якості продукції є актуальною на всіх етапах розвитку суспільства. На даному етапі сучасні вітчизняні виробники опинилися в досить

складному положенні: Перенасичення ринку іноземною сільськогосподарською продукцією витісняє їх з власного ринку. Тому, ще більш проблематичним стає питання завоювання іноземних ринків збуту.

З вище вказаного стає зрозумілим, що реалізація концепції економічного росту галузі птахівництва в Україні базується на зростанні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Основними чинниками, що формують конкурентоспроможність продукції галузі птахівництва є:

- **Собівартість продукції, її ціна**, чим нижчою буде собівартість тим нижчою буде й ціна реалізації. Зниження собівартості продукції українського м'ясного птахівництва можливе за рахунок впровадження нових технологій, з метою підвищення продуктивності праці та економного використання ресурсів, впровадження технологій безвідходного виробництва.

- **Якість продукції**, споживач за інших рівних умов обере ту продукцію якість якої вища.

- **Асортимент продукції**. Підприємство, що представлене на ринку ширшим асортиментом продукції має значну перевагу перед іншими виробниками. На сьогодні в нашій державі склалась така ситуація, що асортимент імпортованої продукції м'ясного птахівництва на територію нашої держави незначний і представлений двома-трьома видами продукції (курчачі окорока, курчата-бройлери), тоді як на внутрішньому ринку відчувається потреба в інших видах продукції, таких як: філе птиці, супові набори з птиці, м'ясний фарш, та інші. Таким чином розширення асортименту виробництва продукції дасть змогу українським птахопереробним підприємствам зайняти наявну «нішу» на ринку, в результаті чого зросте їх конкурентоспроможність як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

- **Реклама**. Для того, щоб вплинути на свідомість споживача, треба, перш за все, привернути його увагу, що є першою ланкою в ланцюгу психологічного впливу реклами. Реклама є необхідним елементом ринку, головною метою якої є прагнення якомога швидше і найвигідніше продати товар. Вона повинна працювати на виробника і виконувати свою основну функцію – інформувати споживача про товар та його властивості. На сьогоднішній день реклама є невід'ємним елементом вдалого бізнесу.

Потрібно зазначити, що промислове птахівництво з усіх галузей тваринництва на сьогодні найбільш динамічно розвивається, демонструє позитивні результати і залишається інвестиційно привабливим. А тому в розвитку даної галузі першочерговим завданням потрібно ставити забезпечення вітчизняних споживачів якісною сільськогосподарською продукцією, в тому числі і продукцією птахівництва.

Висновки. Становлення цивілізованих ринкових відносин в Україні в сфері промислового птахівництва вимагає в аграрно-промисловому комплексі розробки нових підходів до стратегії аграрної політики, спрямованої на формування продовольчої безпеки країни, пріоритетності розвитку вітчизняного сільського господарства, докорінну перебудову економічних,

соціальних та правових відносин на ринку курятини, свободу підприємництва та формування досконалого конкурентного середовища.

Конкурентоспроможність продукції птахівництва, за нормальних ринкових умов, безпосередньо залежить від якості продукції, яка в оптимальній економічній системі стає не лише інструментом змагання з конкурентами, але й показником ділової гідності та самоповаги, змушуючи підприємця тримати власну торгову марку на належному рівні.

Література

1. Галушко В.П. Економіка світового сільського господарства - К.: НАУ, 2006. - 514 с.
2. Кваша С.М., Петренко С.С. Інструменти державного регулювання ринку м'яса птиці в Україні / Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. Вип. 65. - Харків: ХНТУСГ, 2007 - С. 3-14.
3. Нормативні витрати, ціни, баланси сільськогосподарської продукції в Україні та країнах світу / О.М. Шпичак, Ю.Я. Гапусенко, С.А. Станісевиц та ін.; За ред. О.М. Шпичака, Ю.Я. Гапусенка. - К.: ННЦ "ІАЕ", 2006. - 693 с.
4. Федір Ярошенко. Сучасні світові тенденції розвитку птахівництва - К.: Новий друк, 2003. - 335 с.
5. Дацій О.І., Кузнецов О.О. Розвиток інновацій у птахівництві. - К. 2004. - № 1. - С. 89-93.
6. <http://www.ptizevod.narod.ru>
7. <http://www.biznes-pro.ua>

Summary

With the entry of Ukraine into the World Trade Organization have a qualitatively new socio-economic conditions of agricultural production: economic change, information and legal environment functioning agricultural enterprises. Now they have another purpose and tasks of different nature, which increasingly takes the form of business. There are diverse in type and organizational-legal forms of enterprise. Changed the nature of their connections and relationships between themselves and other market players. For domestic enterprises increased opportunities to enter international markets. However, our country's membership in WTO makes the Ukrainian market open to foreign producers, resulting in the intensity of competition in the domestic market has increased.

Well-being and business success of enterprises depend on the efficiency of their business.

Рецензент – к.е.н., доцент Минів Р.М.