

Torosian H. A.

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

AGRICULTURAL SERVICE CO-OPERATION AS AN ELEMENT OF COUNTRY'S FOOD SECURITY

Summary

This article is devoted to the study of agricultural service co-operation, its influence on food security of a country. Modern state of national food security and basic strategic directions of its support are analyzed from the side of state. Explained a place of agricultural servicing co-operation in questions of country's food security and rural territories development in Ukraine.

Keywords: cooperation, agricultural service cooperation, agricultural service cooperatives, rural areas, rural development, food security.

УДК 005.936.43:339.137.2:338.43

Чайка В. О.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті всебічно розкрито сутність поняття «конкурентоспроможність продукції». Узагальнено сучасні підходи до сутності конкурентоспроможності продукції, визначено її параметри і показники. З метою глибинного аналізу сутності категорії «конкурентоспроможність продукції», виходячи зі стадій життєвого циклу товару, запропоновано типову схему визначення конкурентоспроможності продукції. Зважаючи на специфіку аграрної сфери економіки, обґрунтовано процес формування конкурентоспроможності аграрної продукції, описано чинники, що впливають на неї. Запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, ринок, ринкове середовище, чинники конкурентоспроможності, сільське господарство, аграрна продукція.

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування підприємства забезпечення його стійкого розвитку на ринку безпосередньо залежить від рівня конкурентоспроможності виробленої ним продукції, послуг. Водночас конкурентоспроможність визначається співвідношенням рівня ціни та якості, де останній сьогодні відводиться особлива роль, оскільки без підвищення вимог до якості неможливо з упевненістю стверджувати про розвиток будь-якого ринку.

Ключовим завданням аграрної сфери економіки є забезпечення країни сировиною і продуктами харчування, що потребує стійкого зростання виробництва аграрної продукції, одержання її виробниками достатніх кінцевих результатів. Кожен суб'єкт господарювання зі збільшенням масштабів власного виробництва виокремлює для себе низку конкурентних переваг, що в подальшому стають визначальними для досягнення мети. Очевидним також є й те, що формування конкурентних переваг підприємством підвищує конкурентоспроможність аграрного сектору економіки в цілому, та, водночас, сприяє вирішенню проблем, пов'язаних із забезпеченням продовольчої безпеки країни. Тому питання конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції на продовольчих ринках набуває нових змісту та актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності аграрної продукції є предметом дослідження багатьох учених-економістів. Зокрема, значний вклад зробили В.Г. Андрійчук [1], В.А. Артеменко, Н.В. Бугас, Т.І. Вовк, В.І. Гринь [2], С.І. Дем'яненко, О.І. Дриган [3], В.І. Лихопій, М.Й. Малік [4], О.І. Мельник [5], О.В. Нів'євський [6], В.С. Ніценко [7], І.Ю. Пасічник [8], О.В. Ульяченко [9], Б.П. Фіщук [10], О.Л. Шевченко [11], І.Б. Яців [12] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на підвищений інтерес науковців до обраної проблематики (за період з 2000 р. по 2009 р., згідно з даними Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського, науковий дискурс із питань конкурентоспроможності підприємств, товарів, персоналу зустрічався в 421 дисертаційній роботі, з яких докторських робіт – 21), дослідження конкурентоспроможності аграрної продукції як багатовимірною і водночас не простого за своїм змістом явища в жодному разі не втрачає своєї актуальності.

В останні роки дискурс усе більше зміщується в напрямі конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, зважаючи на поступову імплементацію положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, а також урахування той факт, що аграрний сектор сьогодні формує майже 40% валютної виручки країни, майже 60% внутрішнього споживчого попиту та 16% ВВП [13].

Мета статті полягає у висвітленні та обґрунтуванні ключових елементів та інструментів, на основі або за допомогою яких формується всебічне розуміння категорії «конкурентоспроможність аграрної продукції».

Виклад основного матеріалу дослідження. На нинішньому етапі розвитку економічної думки не існує узагальненого, визнаного всіма науковими школами поняття конкурентоспроможності. Усі можуть лише погодитися з думкою, що поняття «конкурентоспроможність» є похідним від «конкуренція», яке трактується як суперництво виробників за споживача. У фахових виданнях на економічну тематику поняття конкурентоспроможності піддається різним інтерпретаціям та аналізується

з різних точок зору. У цьому контексті важливим, зокрема, є необхідність урахувати, до якого економічного об'єкту воно застосовується. Продукція, компанія, окрема галузь чи національна економіка в цілому – усе з перерахованого може виступати об'єктом дослідження конкурентоспроможності. З урахуванням специфіки цих об'єктів сформовані категорії, які відображають результат конкурентних відносин на різних рівнях: елементарному (конкурентоспроможність товару), мікрорівні (конкурентоспроможність підприємства), мезорівні (конкурентоспроможність галузі), макрорівні (конкурентоспроможність національної економіки). Між зазначеними категоріями існує певний причино-наслідковий зв'язок (рис. 1).

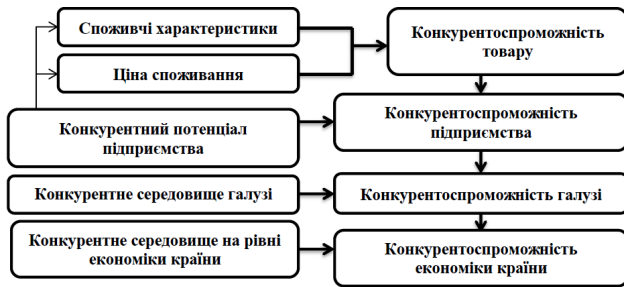


Рис. 1. Взаємозв'язок категорій конкурентоспроможності

Джерело: складено на основі [4, с. 77; 14, с. 59]

Отже, на нашу думку, конкурентоспроможність – це зайнята позиція виробника продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, яка обумовлена набором економічних, соціальних, політичних факторів та визначається співвідношенням корисного ефекту до сумарних витрат.

У наукових працях часто зустрічається хибне, з нашої точки зору, ототожнення поняття конкурентоспроможності з якістю продукції. Конкурентоспроможність будь-якого товару визначається сукупністю тільки тих його властивостей, які становлять інтерес для покупця і забезпечують задоволення його потреби, чого не можна сказати про якість. Якість і конкурентоспроможність обумовлені сукупністю властивостей товару, які виявляються в різних сферах. Якість продукції закладається у сфері виробництва і виявляється в процесі її використання, тобто у сфері споживання, а конкурентоспроможність продукції може бути встановлена лише в результаті її продажу конкретному споживачу [14, с. 60].

Аналіз літературних джерел свідчить про неоднозначність у підходах до тлумачення та з'ясування сутності «конкурентоспроможність продукції». Основні підходи узагальнені в табл. 1.

Аналіз підходів до поняття «конкурентоспроможність продукції» дає змогу виділити загальні характеристики категорії. Зокрема, більшість економістів-науковців:

- наголошують на відмінності від товару конкурента;
- наголошують на порівнянні з аналогічними продуктами на ринку;
- аналізують конкурентоспроможність продукції за рівнем задоволення потреб споживача, конкретної потреби певного ринку;
- розглядають конкурентоспроможність як характеристику продукції, яка забезпечує виробнику успіх на зовнішньому і внутрішньому ринках, комерційний успіх.

Отже, будь-який товар, що знаходиться на ринку, фактично проходить там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб – кожен

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності «конкурентоспроможність продукції»

Автор, джерело	Дефініція
М.Е. Портер [7]	Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції мати цінність для споживача. Рівень цінності визначається максимальною ціною, яку готовий споживач платити за цей товар.
В.Г. Андрійчук [1, с. 553]	Конкурентоспроможність продукції – це сукупність її властивостей і характеристик, що забезпечують задоволення потреб споживачів на вищому або однаковому рівні з аналогічною продукцією конкурентів за прийнятної для них (споживачів) ціни.
А.І. Григоренко [16, с. 155]	Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції – це сукупність їх споживних властивостей, що 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).
М.Й. Малік [4, с. 532]	Конкурентоспроможність продукції – це сукупність властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений момент.
М.І. Лобанов, Т.А. Маркіна [17, с. 154]	Конкурентоспроможність продукції – це здібність витримати конкуренцію порівняно з аналогічними видами сільськогосподарської продукції інших виробників в умовах ринку.
І.Ю. Пасічник [8, с. 317]	Конкурентоспроможність продукції – це динамічна характеристика, яка складається під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів і в кожний момент часу може бути виражена більш високим порівняно з товарами-конкурентами співвідношенням сукупності якісних характеристик продукції та витрат споживача на її придбання та споживання, що забезпечує продукції переваги на певному ринку або його сегменті.
Л.В. Балабанова, В.В. Холод [7]	Конкурентоспроможність товару (продукції) – це більш високе порівняно до товарів-конкурентів співвідношення сукупності якісних і вартісних характеристик товару за їх відповідності вимогам ринку, що забезпечує максимальне задоволення потреб і створює перевагу товару на конкурентному ринку.
З.Є. Шершньова, С.В. Оборська [3, с. 34]	Конкурентоспроможність продукції – це ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.
С.Б. Алексєєв [3, с. 34]	Конкурентоспроможність продукції – це економічна категорія, яка є результатом суб'єктивного співставлення покупцем споживачької корисності в разі купівлі товару даного підприємства із споживачькою корисністю від придбання аналогічних товарів фірм-конкурентів.
С.В. Брикаліна, Я.І. Сидоренко [18]	Конкурентоспроможність продукції – це її переваги на ринку, що забезпечуються привабливими для споживача властивостями, низькою порівняно ціною та експлуатаційними витратами, оптимальним поєднанням параметрів ціна-якість, відповідністю умовам даного ринку, часу продаж і перевагам споживача, а також відмінністю в кращу сторону її основних характеристик від аналогічних на ринку.

покупець придбає товар, який максимально задовольняє його особисті потреби, а вся сукупність покупців – той товар, який найпевніше відповідає суспільним потребам значно більше, ніж конкуруючі з ним аналоги. Тому конкурентоспроможність можна визначити, порівнявши товари конкурентів між собою. Вона визначається лише тими властивостями, до яких помітно виявляє зацікавленість покупець, та гарантує задоволення відповідної потреби. Усі характеристики виробу, які виходять за межі цих інтересів, під час оцінки конкурентоспроможності вважаються як такі, що не мають до неї відношення в даних конкретних умовах.

Перевищення норм, стандартів і правил, за умови якщо це не було попередньо обумовлено, не тільки не підвищує конкурентоспроможність окремо взятого виробу, а й, навпаки, може знижувати її, оскільки призводить до зростання ціни, не збільшуючи, з погляду покупця, споживчої цінності.

Вивчення питання конкурентоспроможності продукції необхідно проводити систематично, враховуючи стадії життєвого циклу товару, що дасть змогу своєчасно виявити момент початку зниження конкурентоспроможності та вжити відповідних попереджувальних заходів, наприклад припинити виробництво продукції, модернізувати її, перевести на інший сегмент ринку (рис. 2). Будь-який товар після виходу на ринок починає поступово втрачати свій потенціал конкурентоспроможності. Цей процес не можна зупинити, можна лише пригальмувати, тому конкурентоспроможність нової продукції має бути максимально високою та тривалоорієнтованою [11, с. 209].

Отже, конкурентоспроможність продукції слід забезпечувати відповідно до таких основних напрямів [18]:

- конкурентні вимоги потенційних споживачів до відповідного товару;
- можливий розмір та динаміка попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни товару;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- визначальні параметри продукції основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки відповідного товару та етапи закріплення на них;
- термін окупності сукупних витрат, пов'язаних із проектуванням і просуванням нового товару.

В економічній літературі розрізняють параметри і показники конкурентоспроможності продукції [18]:

- Параметри конкурентоспроможності – кількісні характеристики властивостей продукції, які враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності.

Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, економічні, нормативні.

– Показники конкурентоспроможності – це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, які базуються на параметрах конкурентоспроможності. Перелік показників конкурентоспроможності залежить від об'єкта досліджень, а також від обраної методики визначення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність товару характеризується такими трьома групами показників, як: корисність (якість, ефект від використання тощо); витрати споживача під час задоволення його потреб шляхом даного виробу (витрати на виробниче споживання, технічне обслуговування, ремонт, утилізацію та ін.); конкурентоспроможність пропозиції (спосіб просування продукції на ринок, умови поставки та розрахунків, канал збуту, сервісне обслуговування та ін.) [2, с. 89].

Окрім визнаних груп показників, параметри конкурентоспроможності продукції поділяються на технічні (технологічні властивості товару, які визначають межі його застосування – надійність, довговічність, потужність та ін.); нормативні (відповідність товару стандартам, технічним умовам, законодавству); економічні (рівень витрат споживачів на утилізацію товару, тобто ціну споживання) [2, с. 89].

Для оцінки конкурентоспроможності продукції використовуються:

- диференціальний метод – базується на використанні одиничних показників конкурентоспроможності продукції – технічних та економічних;

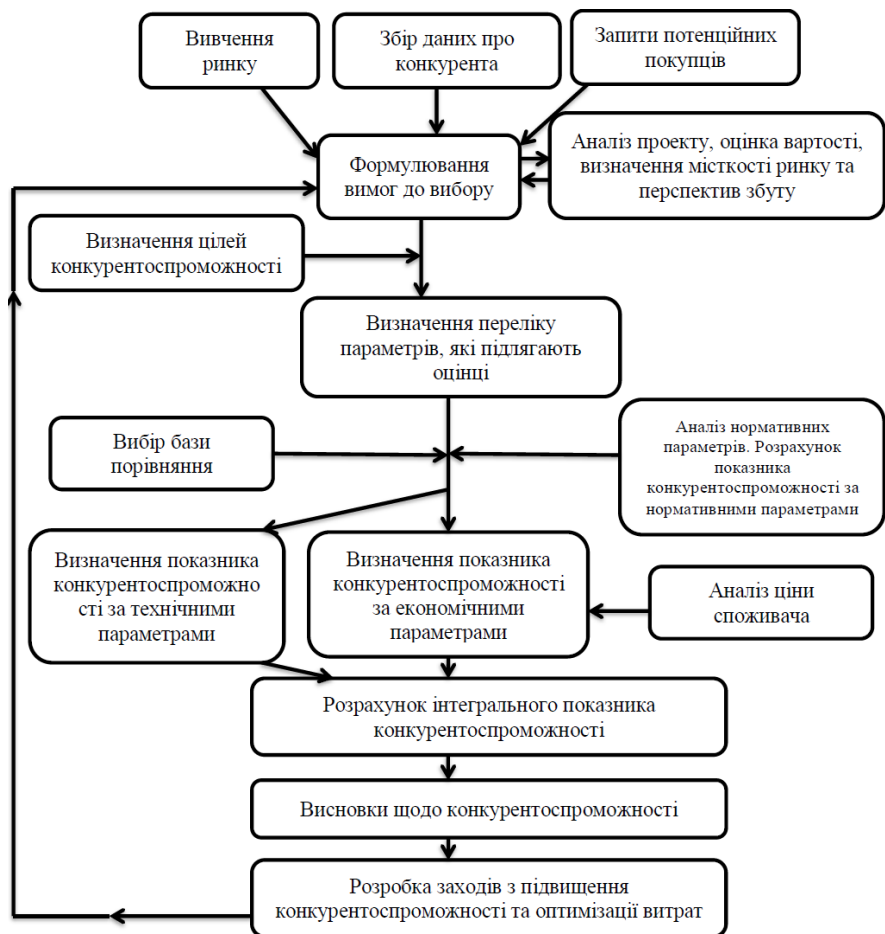


Рис. 2. Типова схема визначення конкурентоспроможності продукції

Джерело: складено автором на основі [18, с. 210; 9, с. 139]

– комплексний метод – базується на використанні групових та інтегральних показників або співставленні питомих корисних ефектів продукції, яка аналізується;

– змішаний метод – базується на спільному використанні одиничних та комплексних показників. Зокрема, найважливіші показники використовуються як одиничні, а інші одиничні показники об'єднуються у групи, для кожної з яких визначають груповий показник. У результаті на основі отриманих групових та одиничних показників оцінюють конкурентоспроможність продукції.

Водночас проблема аналізу й оцінки конкурентоспроможності продукції повинна передбачати вирішення таких проблем [14, с. 60]:

– вивчення запитів і переваг потенційних покупців продукції;

– організація моніторингу ринку з метою збору інформації про умови збуту продукції у фірмах і товарах конкурентах;

– формування загальних підходів до кількісної оцінки конкурентоспроможності продукції, розробка приватних методів, алгоритмів і процедур прийняття рішень, які належать до цієї проблеми;

– аналіз динаміки конкурентоспроможності продукції в цілому і факторів, які її визначають;

– визначення рівня конкурентоспроможності продукції, що забезпечує загальний обсяг прибутку чи необхідну частку ринку.

Отже, можна стверджувати, що конкурентоспроможність аграрної продукції формується в процесі виробництва, зберігання, транспортування та товарної доробки продукції та визначається на ринку в процесі її купівлі-продажу за допомогою цін. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції залежить від таких чинників: природних, організаційно-економічних, технологічних, маркетингових та чинників ринкового середовища (рис. 3) [16, с. 155].

Для ринкового середовища на аграрному ринку характерне протистояння конкурентів, зіткнення і зближення їх економічних інтересів за відповідної рівноваги попиту і пропозиції. Економічна боротьба на ринку має перехідний характер, оскільки інтереси конкурентів частіше перебувають у протиріччі, ніж у гармонії. За таких умов кожен суб'єкт ринкових відносин зорієнтований на системне вивчення складових частин ринку.

На нинішньому етапі розвитку ринкових відносин успішне функціонування на аграрному

ринку обумовлене витратами часу, який необхідно понести виробнику продукції для пошуку свого місця і напрямів діяльності в економічній системі конкретно взятої галузі, області, регіону, країни. Точний розрахунок конкурентоспроможності продукції стає мірилом економічного виживання учасників ринку. Повно та всесторонньо оцінити конкурентоспроможність аграрної продукції можуть тільки ті показники, в основу яких покладено: витрати виробництва; міру насичення ринку конкретним видом продукції; рівень купівельної спроможності споживачів.

За незадовільного попиту на продукцію нижня межа конкурентоспроможності співпадає з нормою прибутку в галузі, тобто з відношенням прибутку до витрат засобів і праці, або, за спрощеною схемою, – відношенням ринкової ціни до індивідуальних витрат виробництва. За насичення ринку нижня межа конкурентоспроможності продукції визначається середньою нормою прибутку по сільському господарстві, що обумовлено переливанням фінансових ресурсів, додатковими витратами на відтворення родючості землі тощо [4, с. 533].

Глибока диференціація товаровиробників за природно-кліматичними умовами і структурою виробництва, органічною побудовою діючого капіталу, швидкістю кругообігу засобів, інформованістю щодо стану ринку не дає можливості обмежитися оцінкою конкурентоспроможності лише за рівнем рентабельності і нормою прибутку. Додатковими показниками конкурентоспроможності аграрної продукції виступають маса прибутку на 1 га посіву, на 1 га сільськогосподарських угідь, на 1 голову худоби. Протиріччя, що виникають між перерахованими показниками і рівнем рентабельності за їх зіставлення в просторі і часі, вирішуються на користь прибутку на одиницю земельної площі, який урахує специфіку сільського господарства і можливості підприємства щодо розширеного відтворення виробництва.

Для об'єктивного і повного відображення можливостей економічної життєдіяльності виробів і суб'єктів ринкової сфери користуються індексами конкурентоспроможності, які обчислюються шляхом ділення фактичного рівня рентабельності виробництва на розрахункові (нормативні) значення цих показників. Індекси конкурентоспроможності мають необмежене застосування і можуть порівнюватися стосовно всіх виробів, галузей, територіальних формувань, періодів. Індекси конкурентоспроможності змінюються під впливом кон'юнктури ринку і ступеня її освоєння, змін у купівельній спроможності населення, тривалості життєвого циклу виробів, обсягів упровадження нових технологій тощо.

Сукупні витрати праці та прибуток є тією основою, з якої бере початок конкурентоспроможність. Зниження першого і збільшення другого чинника суттєво знижують рівень економічного виживання суб'єктів аграрного ринку.

Із метою успішної підготовки до ведення ефективної конкурентної боротьби кожен виробник аграрної продукції повинен оцінювати й аналізувати нормоут-



Рис. 3. Формування конкурентоспроможності аграрної продукції

Джерело: побудовано автором на основі [5; 16, с. 155; 19, с. 2]

ворювальні фактори конкурентоспроможності, здійснювати спроби помістити в науково обґрунтовані рівні витрат праці та засобів на виробництво продукції. Він повинен також із великою достовірністю передбачати, в якій галузі відтворювального процесу і кому належать важелі впливу на формування рівня конкурентоспроможності, які етапи і терміни окреслилися в тій чи іншій тенденції індексів конкурентоспроможності.

Нині конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції має не лише внутрішній, але й зовнішній аспект, оскільки значна її частина, що споживається в нашій країні, ввозиться з-за кордону. Це має як позитивні, так і негативні аспекти [4, с. 534–535].

Загалом, для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно вжити низку заходів та вирішити такі завдання [9; 10, с. 164; 16, с. 155]:

- стандартизувати продукцію відповідно до міжнародних стандартів, що підвищить попит на неї;

- забезпечити сільськогосподарських виробників новою технікою та замінити застаріле обладнання на високотехнологічне, що підвищить ефективність аграрного виробництва в цілому;

- розробити дієві програми розвитку аграрного сектору економіки та спеціальні програми розвитку села;

- запровадити гранти з метою відправки кращих працівників аграрної сфери за кордон для набуття нового досвіду, що підвищить конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств;

- диверсифікувати джерела інвестицій, спрямованих на розвиток сільського господарства;

- забезпечити фінансову підтримку сільгоспвиробників, виробників насіннєвого матеріалу, сортовипробувальних станцій, науково-дослідних установ для посилення науково-дослідної роботи в аграрному секторі економіки;

- створити новітні технології вирощування та підвищення врожайності сільськогосподарських культур, забезпечити приріст поголів'я худоби;

- підвищити якість товарів у харчовій сфері, а також відмовитися від випуску продукції, яка містить ГМО;

- удосконалити цінову політику з урахуванням специфіки виробництва сільськогосподарської продукції в регіонах.

Висновки. Отже, конкурентоспроможність аграрної продукції – це набір властивостей аграрної продукції, що відповідає вимогам ринку у визначений момент. Вона є змінною величиною, із часом має здатність знижуватися. Підґрунтям для сповільнення зниження конкурентоспроможності аграрної продукції та навіть її підвищення виступають три найголовніші чинники: якість, собівартість, ціна реалізації. Водночас необхідно враховувати й інші чинники непрямої дії: природні, організаційно-економічні, технологічні, маркетингові, чинники ринкового середовища, оскільки вони у своїй сукупності також мають значний вплив на конкурентоспроможність аграрної продукції. Не слід також забувати, що крім основних і опосередкованих чинників, які впливають на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції, конкретна продукція має власні конкурентні переваги, що знаходяться або в сфері низьких витрат, або в диференціації товарів. Отже, запропонований набір чинників сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : [підручник] / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2013 – 779 с.
2. Гринь В.І. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств / В.І. Гринь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/87.pdf>.
3. Дриган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : [монографія] / О.І. Дриган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
4. Малік М.Й. Основи аграрного підприємництва : [монографія] / М.Й. Малік. – К. : Ін-т аграр. економіки, 2001. – 582 с.
5. Мельник О.І. Систематизація зовнішніх факторів конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників / О.І. Мельник // Інноваційна економіка. – 2014. – № 1. – С. 63–68.
6. Дем'яненко С. І. Кількісний аналіз та моделювання аграрних ринків : [навч. посіб.] / С.І. Дем'яненко, О.В. Нів'євський. – К. : КНЕУ, 2008. – 424 с.
7. Ніценко В.С. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія / В.С. Ніценко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://econf.at.ua/publ/konferencija_2015_10_20_21/sekcija_5_ekonomichni_nauki/konkurentospromozhnist_pidpriemstva_jak_ekonomichna_kategorija/30-1-0-580.
8. Пасічник І.Ю. Теоретичні положення управління конкурентоспроможністю продукції / І.Ю. Пасічник // Бізнес Інформ. Економіка. Менеджмент та маркетинг. – 2016. – № 1. – С. 316–320 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://business-inform.net/pdf/2016/1_0/316_320.pdf.
9. Ульяновченко О.В. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств та стратегічні аспекти її формування : [монографія] / О.В. Ульяновченко, Л.А. Євчук, І.В. Гуророва. – Х. : Апостроф. 2011. – 340 с.
10. Фіщук Б.П. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції / Б.П. Фіщук // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4(70). – С. 160–164.
11. Шевченко О.Л. Якість і конкурентоспроможність продукції, їх місце в стратегії маркетингу / О.Л. Шевченко // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – № 4. – С. 208–216.
12. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : [монографія] / І.Б. Яців. – Львів : Український бестселер, 2013. – 427 с.
13. Ковальова О.В. Політика розвитку сільських територій України на сучасному етапі / О.В. Ковальова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=vn2Qh0WhIAs>.
14. Ряба А.М. Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства / А.М. Ряба, Л.М. Котлова // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Економіка підприємства: проблеми теорії та практики» (23 березня 2004 р.). Т. II. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2004. – С. 59–60.
15. Лихопій В.І. Механізм забезпечення конкурентоспроможного виробництва аграрної продукції: теоретико-методичний аспект / В.І. Лихопій // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 1(5). – С. 137–141.
16. Бугас Н.В. Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції сільського господарства / Н.В. Бугас, Т.І. Вовк // Вісник КНУТД. Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2014. – № 1. – С. 153–161.
17. Лобанов М.І. Аграрний маркетинг : [практичний посібник] / М.І. Лобанов, Т.А. Маркіна. – Мелітополь, 2010. – 232 с.

18. Брикаліна С.В. Конкуренстоспроможність продукції, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / С.В. Брикаліна, В.І. Сидоренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Economics/60710.doc.htm.
19. Артеменко В.О. Структура чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств АПК / В.О. Артеменко, С.І. Мельник // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2010. – № 4(36). – С. 104–110.

Чайка В. А.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Резюме

В статье всесторонне раскрыта сущность понятия «конкурентоспособность продукции». Обобщены современные подходы к сущности конкурентоспособности продукции, определены ее параметры и показатели. С целью глубокого анализа сущности категории «конкурентоспособность продукции», исходя из стадий жизненного цикла товара, предложена типовая схема определения конкурентоспособности продукции. Учитывая специфику аграрной сферы экономики, обоснован процесс формирования конкурентоспособности аграрной продукции, описаны факторы, которые влияют на нее. Предложены меры по повышению конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, рынок, рыночная среда, факторы конкурентоспособности, сельское хозяйство, аграрная продукция.

Chaika V. O.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS AND FACTORS OF MARKET ENVIRONMENT

Summary

An attempt to fully reveal the essence of the term “product competitiveness” is made in the article. Ideas of national and foreign economics scholars about the studied economic category are collected, graphically shown, and summarized. Main trends of determining the product competitiveness are described. Definitions of such concepts as “parameters of product competitiveness” and “indicators of product competitiveness” are given to show the difference between them. A group classification of parameters and indicators of product competitiveness is also shown separately. A typical way of determining the product competitiveness, based on the life cycle stages of the good, is schematically depicted in the article in order to profoundly understand the essence of the “product competitiveness” category. Besides, considering the specificity of the agricultural sector of the economy, the process of product competitiveness formation is analyzed and the definition of the term is given. Factors affecting the agricultural products competitiveness are listed and described in an easy to understand manner. Finally, the generalization of all possible measures, which in our opinion result in the possibility of agricultural products competitiveness increase, is made.

Keywords: competitiveness, product competitiveness, market, market environment, factors of competitiveness, agriculture, agricultural products.

УДК 330.366[341.1]

Штулер І. Ю.

ВНЗ «Національна академія управління»

ОБРУНТУВАННЯ МОДЕЛІ ГОМЕОСТАЗУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ЗА УМОВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

У статті обґрунтовано модель гомеостазу національної економічної системи. Визначено, що економічний розвиток на засадах гомеостазу потребує насамперед дієвих кроків у становленні інноваційного підприємництва та посиленні інноваційного характеру діяльності, поєднання ринкових перетворень з активним використанням наукових знань, високих технологій та інформації. Обґрунтовано складові частини моделі гомеостазу національної економічної системи за умов її інноваційного розвитку. Доведено, що постійний моніторинг стану національної економіки є одним із найважливіших завдань, неодмінним результатом якого стануть підвищення конкурентоспроможності національної економіки, зростання ВВП, збереження і примноження інтелектуального капіталу нації. Суперечливість процесів економічного розвитку України та кризових явищ указує на необхідність розробки моделі гомеостазу шляхом формування інноваційного типу сталого економічного відтворення.

Ключові слова: економічна система, рівновага, стійкість, глобалізація, гомеостаз.

Постановка проблеми. Існуючий стан і перспективи розвитку національної економіки України не надають упевненості в реалізації політики

розвитку чи стійкого зростання. У контексті цього важливим, на нашу думку, для стратегічного розвитку України є обґрунтування моделі гомеостазу