

УДК 338.332.339:658

Лавриненко С. О.

Житомирський національний агроекологічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Статтю присвячено теоретичним аспектам формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Виявлено основні причини низького її рівня. Запропоновано інструменти комплексного підходу до формування конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ціна, витрати, інновації, інвестиції.

Постановка проблеми. Головною проблемою аграрного сектору є неспроможність сільськогосподарських підприємств усіх форм власності і господарювання здійснювати відтворювальні процеси виробництва за рахунок власних коштів. Саме тому відбувається руйнування матеріально-технічного потенціалу підприємства, складських приміщень та інших компонентів виробничої інфраструктури, зростає частка ручної праці, що призводить більшість підприємств до збитковості. Призупинити занепад виробництва сільськогосподарської продукції та підвищити конкурентоспроможність її виробництва можна за умови розроблення і здійснення довгострокової національної програми відродження і стабілізації галузі сільського господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення теоретико-прикладних аспектів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції зробили такі відомі вітчизняні вчені, як В. Андрійчук, В. Бойко, В. Галушко, В. Збарський, С. Кваша, Ю. Коваленко, М. Лобас, П. Макаренко, М. Малес, П. Саблук, О. Царенко; зарубіжні: П. Брентон, М. Познер, М. Портер, Дж. Стренд, В. Скотт, Д. Рікардо, А. Сміт та ін.

Водночас складність та багатогранність наявних в аграрному секторі економіки проблем зумовлює необхідність пошуку нових підходів до формування конкурентоспроможності продукції сільського господарства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Особливості розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах трансформації вимагають комплексного підходу до механізму формування конкурентоспроможності продукції. Ураховуючи наявну низку досліджень цієї проблеми, питання залишається досить актуальним і дискусійним, вимагає подальшого наукового обґрунтування, зокрема побудови чіткого інструментарію формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції відповідно до вимог ринку.

Мета статті полягає у вивченні теоретичних аспектів конкурентоспроможності та визначенні головних чинників формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в умовах трансформаційних зрушень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічними пріоритетними напрямками розвитку сільського господарства та підвищення його конкурентоспроможності є: формування та функціонування цивілізованого ринку сільськогосподарської продукції; сприяння залученню інвестицій; розвиток маркетингової діяльності; спрощення системи оподаткування; інтенсифікація галузі; підтримка інноваційної діяльності, мотивація праці; маркетингова діяльність та застосування низки інших організаційно-економічних і техніко-технологічних заходів.

Стратегія формування ринку сільськогосподарської продукції має ґрунтуватися, насамперед, на функціонуванні механізму взаємозв'язку та взаємодії трьох елементів ринкової кон'юнктури: попиту, пропозиції і цінової політики, яка буде ефективною лише тоді, коли ціни на продукцію забезпечать необхідні темпи розширеного відтворення виробництва й одержання максимального прибутку на вкладений капітал. Цінову політику у сільському господарстві необхідно здійснювати на основі вільного ціноутворення в поєднанні з елементами державного регулювання цінового рівня. Для цього потрібен комплекс заходів: вільні ціни, субсидії, пільгове кредитування та страхування, податкові пільги, стимулювання експорту й обмеження імпорту тощо [1, с. 79].

Один із першорядних факторів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є скорочення витрат на її виробництво. Важливим напрямом вирішення цього питання є економія виробничих витрат та впровадження системи управління ними для зниження собівартості продукції та попередження збитковості підприємства. Дана система забезпечить концентрацію контрольних дій за основними напрямками господарської діяльності підприємства, своєчасне виявлення відхилень фактичних показників від нормативних або планових і визначення чинників, що зумовили відхилення, та прийняття управлінських рішень щодо нормалізації процесу управління витратами. Для ефективного управління витратами та собівартістю продукції необхідна достатня увага обліку, контролю, планування й аналізу, що вимагає постійного поліпшення системи інформаційного забезпечення, яка б допомагала управлінцям не тільки мати достовірну інформацію про витрати, а й контролювати використання ресурсів, не допускаючи виникнення невідряданих витрат.

Якість продукції є одним з основних факторів підвищення її конкурентоспроможності, оскільки дає змогу визначити взаємозв'язки між виробниками, переробними та торговельними підприємствами і скорегувати обсяги виробництва продукції згідно з попитом на ринку, а також гарантувати прибутки партнерам у ланцюгу «виробництво – переробка – збут».

Основою формування якісної продукції є стандартизація, мета якої – гарантування якості продукції з урахуванням вимог світового ринку та безпеки здоров'я населення. Доцільно впроваджувати на підприємствах ланцюг управління якістю, який має ґрунтуватися на міжнародній системі стандартизації (рис. 1).

Якість продукції сільського господарства реалізує низку важливих функцій, а саме під час визначення якості продукції відображається рівень технічного та технологічного забезпечення, впро-

вадження інновацій та управління виробництвом; якість продукції є головним якісним показником, результати якого впливають на прийняття управлінських рішень; від рівня якості залежить продовольча безпека країни.

Отже, організаційно-економічний механізм формування якості слід розглядати як систему законодавчо-правових заходів, організаційних, технологічних, економічних та екологічних важелів і методів управління якістю продукції, які відповідають вимогам ринку і забезпечують ста-

більну діяльність підприємств та довготривалу конкурентоспроможність продукції в певних сегментах продовольчого ринку.

Наступним важливим елементом формування конкурентоспроможності як підприємств, так і продукції є наявний матеріально-ресурсний потенціал та його якісний склад. Однак кризова ситуація призвела до значних утрат матеріально-технічних ресурсів у вітчизняному сільському господарстві, різко погіршила його технічну оснащеність, забезпеченість мінеральними добривами

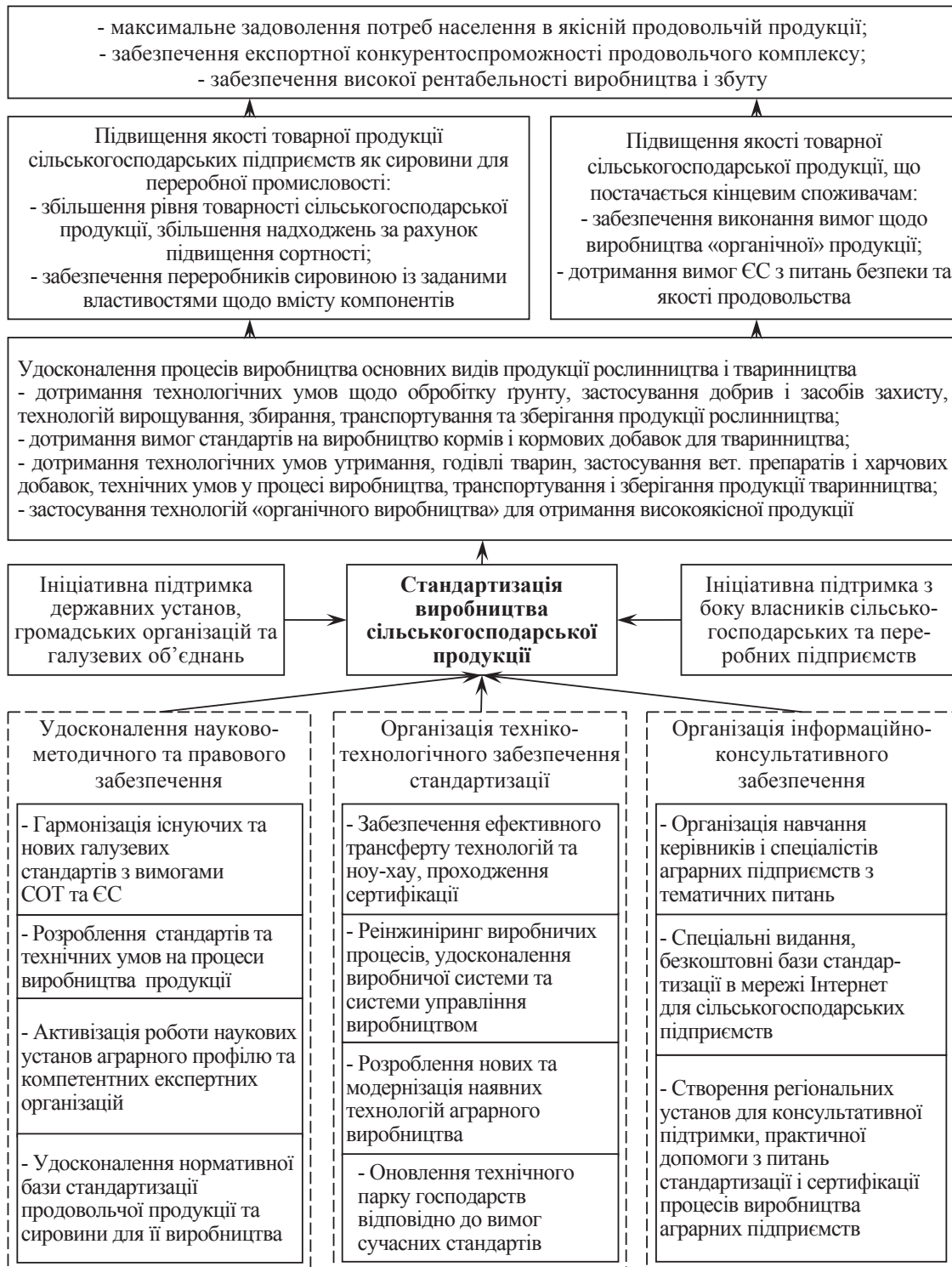


Рис. 1. Концепція стандартизації виробництва продукції сільськогосподарських підприємств

Джерело: власні дослідження

та хімічними засобами захисту рослин, що стало однією з основних причин зниження ефективності виробництва.

Систематичне оновлення і розвиток матеріально-ресурсного потенціалу аграрного виробництва вимагає комплексного підходу до вирішення цієї проблеми. Державна технічна політика щодо вирішення цього питання повинна здійснюватися у двох напрямках: підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази аграрного виробництва та розвитку сільськогосподарського машинобудування і нарощування обсягів виробництва технічних засобів на рівні світових вимог. У кожному із цих напрямів необхідно визначити відповідні пріоритети. Щодо першого з них, то пріоритетним напрямом державної технічної політики є оновлення і розвиток тракторного та комбайнового парку як основи матеріально-технічної бази аграрного виробництва, а в сільськогосподарському машинобудуванні – розроблення й освоєння виробництва енергонасичених силових машин та комплексів сільськогосподарської техніки [2, с. 11].

Державна технічна політика на сучасному етапі її формування та реалізації також повинна передбачати обґрунтування технологічних вимог щодо комплексної механізації виробничих процесів, створення системи машин, спроможної забезпечити розвиток конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва, визначення інвестиційних пріоритетів для оновлення й розвитку матеріально-ресурсної бази, створення ринку технічних засобів аграрного сектору економіки.

У ринкових умовах потребують вдосконалення форми організації й мотивації праці, зокрема заробітна плата посідає провідне місце у механізмі мотивації праці. Вона виконує стимулюючу функцію лише тоді, коли між результатами праці й винагородою існує тісна залежність. Основу політики оплати праці становлять, як правило, положення концепції прожиткового мінімуму. Розмір мінімальної заробітної плати для простого поточного відтворення робочої сили має бути не меншим від мінімального споживчого бюджету. З урахуванням коефіцієнта сімейного навантаження мінімальна заробітна плата має бути більшою від мінімального споживчого бюджету на 40–45%. Таке співвідношення спостерігається в країнах із розвинутою ринковою економікою, де частка мало-кваліфікованої робочої сили відносно незначна, а фінансові можливості підприємств, організацій і держави загалом більші, ніж в Україні. Застосовуючи певну систему оплати праці в ринкових умовах, слід звернути увагу на нові соціальні процеси й явища на селі. У контексті аналізу досліджуваної проблеми важливим є подолання наслідків зневажливого ставлення до селянської праці, яке культивувалося на рівні буденної свідомості у минулі часи. Отже, важливим складником державного значення є формування культури престижності селянської праці, шанобливого ставлення до селянина як творця матеріальних благ. Для цього потрібно щонайперше забезпечити належний рівень оплати праці на селі.

Усі перераховані вище фактори підвищення конкурентоспроможності продукції можуть бути реалізовані лише за умови створення і функціонування дієвої служби маркетингу. Основним завданням служби маркетингу є підвищення зацікавленості працівників в ефективному використанні виробничих ресурсів, поліпшення реалізації продукції, зміцнення матеріально-технічної бази

переробних підприємств і торговельних організацій, розвиток інфраструктури ринку, організація реклами тощо.

В Україні маркетингова діяльність ще не набула значного поширення, сільськогосподарські підприємства використовуються лише окремі функції та стратегії маркетингової діяльності, які не потребують значних фінансових вкладень та глибоких професійних знань у даній сфері, однак вони не дають належного довгострокового ефекту. Однією з особливостей агромаркетингу, як вже згадувалося, є наявність різних організаційних форм господарювання: господарські товариства, фермерські господарства, підприємства з іноземними інвестиціями, підприємства інших форм власності. Цілі функціонування агропромислового підприємства повинні мати зв'язок із функціями маркетингу.

Основними факторами, що сьогодні стримують розвиток маркетингу в сільському господарстві, є низький рівень знань керівників у сфері маркетингу, брак кваліфікованих кадрів, неефективна державна політика, спад економіки, дефіцит матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення та функціонування служби маркетингу.

Важливими напрямками формування конкурентоспроможності є інформаційне забезпечення, а саме впровадження інформаційно-аналітичної системи агропромислового виробництва та системи дорадництва, що в перспективі має докорінно змінити технології управління аграрного сектора на всіх рівнях і створити єдиний інформаційний простір для аграрних виробників. Це дасть змогу не тільки надати інформаційно-консультаційні послуги сільськогосподарським товаровиробникам, а й організувати зворотні потоки інформації з аграрної сфери і забезпечити якісні зрушення у виробництві й збуті продукції сільськогосподарських підприємств та забезпеченні зростання конкурентоспроможності продукції.

Підвищенню конкурентоспроможності продукції також сприятиме реалізація інвестиційно-інноваційної політики згідно із Законом України «Про інвестиційну діяльність» [3]. Це передусім стосується забезпечення механізмів іпотечного кредитування, використання інвестиційних ресурсів населення, стимулювання припливу іноземного капіталу, залучення інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність.

Зі вступом України до Світової організації торгівлі відкрилися її внутрішні ринки, зокрема ринки продовольства, проте лише високоякісна продукція з низькою собівартістю здатна витримати конкуренцію з світовими аналогами. Вихід на зовнішній ринок вітчизняного товаровиробника з конкурентоспроможною продукцією забезпечить отримання гарантованого доходу, окупність вкладених коштів, сприятиме нагромадженню капіталу, що дасть змогу розширити виробництво, тому слід реалізувати ідеологію інноваційного розвитку, яка б передбачала використання коштів, отриманих від інновацій, на повторні інновації, тобто забезпечення безперервності інноваційного процесу та нарощування його масштабів у перспективі [4, с. 109].

Нині немає країни, де економічне змагання за лідерство на світових ринках не було пов'язано з інноваціями. Ще більшою мірою це стосується нашої держави, адже створити й особливо утримати національні конкурентні переваги, реалізувати їх в економіці глобального ринку можна лише шляхом інноваційного розвитку. Інновації

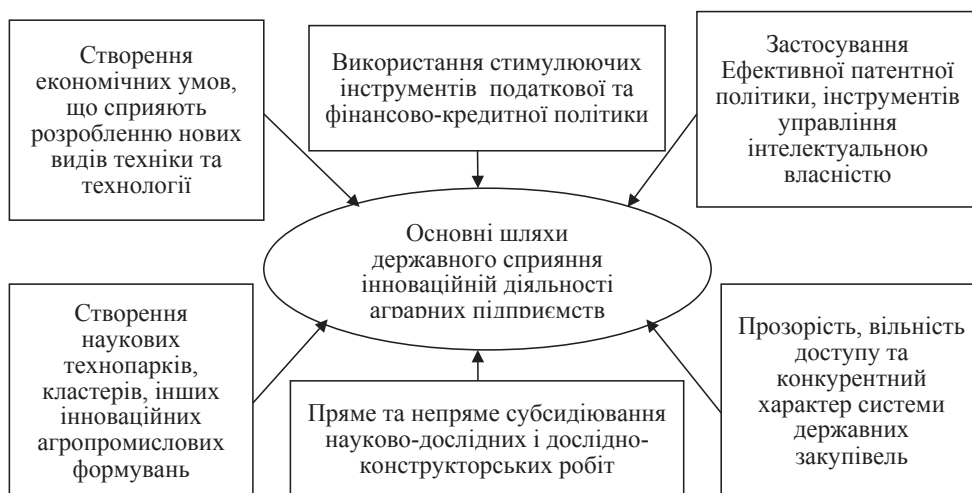


Рис. 2. Шляхи державного впливу на інноваційну діяльність сільськогосподарських підприємств

Джерело: власна розробка

мають стати основним засобом підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції. Проте за відсутності державного регулювання багато нововведень не можуть швидко впроваджуватися в практику.

Активна інноваційна стратегія аграрних підприємств не може бути реалізована без підтримки держави. Держава має впливати на інноваційну діяльність сільськогосподарських підприємств через здійснення певних кроків (рис. 2).

Для реалізації інноваційної політики держави також необхідно в національній програмі розвитку сільського господарства розширити розділ щодо активації інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки, де передбачити комплексність розвитку цих процесів за всіма складниками: наукою, де дослідження потребують щорічного масштабного фінансування і всебічної державної підтримки, оскільки від цього залежить науковий рівень та якість новацій, що надзвичайно важливо в умовах поширення на українському ринку науково-технічної продукції, конкурентоспроможної іноземної техніки і технологій, які за своїми параметрами не поступаються, а іноді вони є значно вищими вітчизняних аналогів; упровадженням новацій із техніко-технологічним переоснащенням виробництва; навчанням і підготовкою кадрів; маркетинговим

дослідженням та консультативно-інформаційним забезпеченням формування ринкової стратегії розвитку сільськогосподарського господарства в країні [5].

Інноваційний розвиток дасть змогу досягти необхідного рівня конкурентоспроможності продукції для вільного конкурування на світових ринках.

Висновки. Отже, основна мета побудови політики формування та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вкладається в Національну програму розвитку сільського господарства і покликана забезпечити розширене відтворення галузі на основі підвищення продуктивності праці та поліпшення якості продукції передусім за рахунок раціонального використання біокліматичного потенціалу і виробничих ресурсів господарств, розширення інвестування, підвищення рівня насичення галузі капіталом на основі впровадження інновацій. Світовий досвід переконує, що в сучасних умовах розраховувати на великі прибутки підприємства можуть тільки тоді, коли вони випереджають конкурентів в освоєнні досягнень науково-технічного прогресу. Сільське господарство залишається найменш сприятливою галуззю щодо інвестування, і це підтверджує, що галузь потребує обов'язкової державної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Кваша С.М. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції в умовах вступу України до СОТ / С.М. Кваша, О.В. Лука // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 79–85.
2. Саблук П. Стан та перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Саблук // Економіка України. – 2008. – № 12. – С. 4–19.
3. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
4. Бородіна О.М. Державна підтримка сільського господарства: концепція, механізми, ефективність / О.М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – 2006. № 1. – С. 109–125.
5. Державна цільова програма розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/16822>.

Лавриненко С. О.

Житомирский национальный агроэкологический университет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ

Резюме

Статья посвящена теоретическим аспектам формирования конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Выявлены основные причины низкого уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Предложены инструменты по комплексному подходу к формированию конкурентоспособности продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, цена, расходы, инновации, инвестиции.

Lavrynenko S. O.

Zhitomir National Agroecological University

CONCEPTUAL BASES OF FORMATION OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS UNDER TRANSFORMATION

Summary

This article is devoted to theoretical aspects of formation of competitiveness of agricultural products. The basic reasons for the low competitiveness of agricultural products. The instruments on comprehensive approach to the formation of competitive products.

Key words: competitiveness, price, cost, innovation, investment.