

УДК 338.432

Сітковська А.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Пінчук З.В.

кандидат сільськогосподарських наук,
завідувач технологічним відділенням
Новомосковського коледжу
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Висвітлено стан ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Визначено напрями, які сприяють формуванню конкурентоспроможності підприємств в аграрній сфері економіки. Розкрито вплив освоєння ринкових механізмів для стабілізації економічної ситуації в сільському господарстві.

Ключові слова: ефективність, валова продукція, собівартість, конкуренція, конкурентоспроможність.

Ситковская А.А., Пинчук З.В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Освещено состояния эффективности производства сельскохозяйственной продукции. Определены направления, которые способствуют формированию конкурентоспособности предприятий в аграрной сфере экономики. Раскрыто влияние освоения рыночных механизмов для стабилизации экономической ситуации в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: эффективность, валовая продукция, себестоимость, конкуренция, конкурентоспособность.

Sitkovska A.O., Pinzyk Z.V. AGRICULTURAL PRODUCTION EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The article is devoted to the state of efficiency of agricultural production. Directions that contribute to the formation of the competitiveness of enterprises in the agricultural sector of the economy are determined. The impact of the development of market mechanisms on stabilization of the economic situation in agriculture is determined.

Keywords: efficiency, gross output, prime cost, competition, competitiveness.

Постановка проблеми. Аграрні перетворення й інституційні зміни в сільському господарстві не призвели до стрімкого зростання ефективності виробництва в аграрних підприємствах, поліпшенню їх фінансового стану і підвищенню конкурентоспроможності. Сформований і функціонуючий на сьогодні в Україні аграрний сектор економіки за продуктивністю та ефективністю поступається існуючому в країнах ближнього і дальнього зарубіжжя.

Ринкова економіка стимулює виробництво таких продуктів, які приносять дохід, що покриває всі витрати і дає нормальний прибуток. Конкуренція змушує підприємства застосовувати найбільш продуктивні технології і комбінацію ресурсів, яка економічно найбільш ефективна. Конкурентна ринкова система інформує постачальників ресурсів, підприємства та організації про зміни в попиті, впливає на їхні мотиви.

Однак більшість вітчизняних аграрних підприємств ще не готова конкурувати із підприємствами країн ближнього зарубіжжя. Налагодження євроінтеграційних відносин вже сьогодні змушує вирішувати питання щодо підвищення результативності сільськогосподарського виробництва та поліпшення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. А тому актуальним залишається проблема підвищення економічної ефективності виробництва з урахуванням євроінтеграційного напрямку розвитку економічних відносин, що зумовлює необхідність переорієнтації виробництва аграрних підприємств до конкурентоспроможної продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання теорії, методології і практики конкурентоспроможності продукції досліджували вітчизняні

економісти А. Бабенко, З. Борисенко, Ю. Голляк, Г. Кулешова, Н. Мазур, Т. Олійник, Б. Супіханов та інші.

Проблеми, пов'язані з адаптацією сільськогосподарських підприємств до умов ринку, досліджували В.І. Бойко, В.І. Криворучко, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак, В.В. Юришин.

Основні теоретичні положення формування конкурентоспроможності підприємств розглянуті в працях вітчизняних і зарубіжних вчених Г. Азоева, В. Андрійчука, С. Кваши, Д. Легези, М. Малика, В. Месель-Веселяка, Л. Михайлової, П. Саблука та інших.

Дослідники визначають конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції щодо інших підприємств – конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості [3]. Відзначають також, що підприємство стає конкурентоспроможним при реалізації його потенціалу, що дозволяє сформувати стійкий ринкову перевагу [1]. Завдяки розкриттю і застосуванню прихованих можливостей підприємства можливе досягнення не тільки сталої ринкової переваги, але і стану сталої розвитку.

Проте значна частина питань, пов'язаних з розвитком та підвищенням ефективності виробництва та конкурентоспроможністю аграрних підприємств, обґрунтуванням пропозицій щодо подальших перспектив розвитку різних форм господарювання за ринкових умов потребують подальших досліджень, що зумовили вибір теми, завдання і мету статті.

Мета статті. Обґрунтування стану ефективності сільськогосподарського виробництва та факторів, які обумовлюють стан конкурентоспроможності аграр-

них підприємствах в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. В процесі становлення євроінтеграційних відносин та розвитку ринку необхідно враховувати характерні особливості сільського господарства, яке цілком базується на процесах відтворення і продуктивного використання економічних ресурсів, головним з яких є земля. У цьому зв'язку збереження природних ресурсів і забезпечення сучасних технологічних змін для стабільного задоволення потреб населення в продуктах харчування є стратегічною метою довгострокового стійкого розвитку аграрного сектору, а це означає, що необхідно посилити увагу до застосування інноваційно-екологічних технологій для забезпечення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва і конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентне середовище в сільському господарстві відрізняється тим, що її характеризують численність конкурентів і наявність численних бар'єрів на шляху виробництва сільськогосподарської продукції, вступ до ринку, коли монополізм переробних підприємств та державне регулювання перешкоджають розвитку конкуренції.

Конкуренція в сільському господарстві, на наш погляд, формується одночасно за двома напрямками: по-перше, це конкуренція між господарствами, з різними формами власності і господарювання, по-друге, – це конкуренція між усіма товаровиробниками за найбільш вигідні економічні умови діяльності та фінансові результати. Конкуренція між господарствами з різними формами власності поки проявляється незначно. В сільському господарстві країни функціонує 55,9 тис. сільськогосподарських підприємств, з них фермерські господарства, що складають 73,1% від загальної кількості підприємств. Водночас у виробництві сільськогосподарської продукції ситуація дещо інша (табл. 1).

Так у 2005 р. сільськогосподарські підприємства створили 40,5% валової продукції сільського господарства, в той час як фермерські господарства лише 4,6%. В 2013 р. ситуація змінилася, в секторі сільськогосподарських підприємств вироблено 54,0% валової продукції сільського господарства, в той час як фермерські господарства збільшили свою частку на 3 в.п..

Потужним виробником сільськогосподарської продукції залишається сектор господарств населення, який в 2013 р. забезпечував 46% валової продукції сільського господарства.

Конкуренції між товаровиробниками інколи є гальмівним фактором у сучасних умовах роз-

витку, особливо за відсутність у більшості господарств власних оборотних коштів для виробництва, що пов'язано з чинниками не лише внутрішнього впливу, але й зовнішніх факторів. І все ж господарства намагаються відшукати альтернативні джерела фінансування, ринки збуту тощо. Поки ця альтернатива найбільш реальна стосовно тієї продукції, яка не вимагає подальшої переробки. Існує реалізація продукції за межі локальних ринків і в країни ближнього і далекого зарубіжжя. Про виникнення нових ринків можна судити по появі нових каналів реалізації продукції.

Однак обмеження ринку в попиті, нерозвиненість системи торгівлі зумовили те, що значна частка цієї швидкокоштовної продукції реалізувалася за старими каналами. Але з розвитком ринку і конкуренції в останні роки питома вага заготівельних організацій в загальному обсязі реалізованої продукції стала збільшуватися. Розширення ринку і зміна каналів реалізації сприяє появі конкуренції на ринку продукції сільського господарства.

Вже зараз, коли ще формується ринкова інфраструктура, господарства – виробники продукції виступають в якості продавців і пропонують значну кількість продукції.

Особливе значення в питанні формування міжгосподарської конкуренції відводиться фермерським господарствам, як ефективній формі виробництва. Вони все більше збільшують виробництво, створюють альтернативний господарствам сектор економіки, активно вступають в ринок і конкурують на ньому з іншими постачальниками продукції.

Природно, що фермерські господарства поки не створюють достатнього рівня конкуренції великим сільськогосподарським підприємствам на ринку продукції, але очевидно, що в сільському господарстві роль фермерських господарств буде зростати. Річ в тім, що продуктивність праці в селянських господарствах вище, ніж у великих сільгосппідприємствах.

Формування конкуренції в аграрному секторі відбувається різними шляхами. Основними напрямками формування конкуренції можуть бути:

- збільшення обсягів виробництва і переробки продукції, що підвищить конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції і підприємств загалом;

- нарощування обсягів виробництва тваринницької продукції за допомогою держави виробництва та в господарствах, що мають прогресивні технології, високопродуктивну худобу, комплекси і спеціалізовані господарства;

Таблиця 1

Валова продукція сільського господарства за категоріями господарств, тис. грн.

Показники	2005	2010	2011	2012	2013
Усі категорії господарств					
Валова продукція – всього	179605,8	194886,5	233696,3	223254,8	252859,0
Сільськогосподарські підприємства					
Валова продукція – всього	72764,7	94089,0	121053,7	113082,3	136590,9
Фермерські господарства					
Валова продукція – всього	8177,5	11965,8	16192,5	14111,1	19091,4
Господарства населення					
Валова продукція – всього	106841,1	100797,5	112642,6	110172,5	116268,1
Вироблено сільгосппродукції всіма категоріями господарств					
на одну особу, грн.	3813	4249	5113	4897	5559
на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	471,0	523,7	629,4	601,5	681,3

Джерело: [2]

- інтеграція сільськогосподарських і переробних підприємств;
- подальша підтримка державою розвитку фермерських господарств шляхом їх пільгового кредитування, оподаткування;
- стимулювання державних і регіональних закупівель продукції за ринковими цінами, що гарантує високу рентабельність;
- захист внутрішнього регіонального ринку для задоволення потреби населення в продовольстві власного виробництва;
- державна підтримка розвитку соціальної сфери на селі.

На стан конкуренції можуть надати великий вплив освоєння ринкових механізмів стабілізації економіки і зокрема:

1. Удосконалення організаційних структур, адекватних ринку (маркетингових, інформаційних, консультативних і т.д.), здатних використовувати кон'юнктуру ринку, фінансові та інші джерела для підвищення ефективності реалізації продукції.

2. Створення інфраструктури ринку продукції (сховища, холодильні господарства, транспортне обслуговування).

3. Підготовка кадрів для роботи в ринкових умовах. Великий вплив на формування конкуренції може надати структурна перебудова виробництва продукції і, зокрема вдосконалення галузевої структури виробництва в кожному господарстві залежно від конкретних умов, попиту і пропозиції, раціонального використання природних та економічних умов.

Потребує вдосконалення і регіональна структура виробництва, зокрема. визначення оптимальних зон і концентрації виробництва зернових культур, цукрових буряків, соняшнику, м'яса і молока для задоволення потреб області.

Розвитку конкуренції в аграрному секторі сприятимуть також організаційні заходи. Вони включають оптимальне поєднання та інтеграцію різних форм господарювання, надання підприємствам усіх форм власності рівних економічних умов для розвитку, підвищення зацікавленості працівників у результатах праці, поліпшення матеріально-технічного забезпечення.

Слід зазначити, що нині є всі необхідні передумови для розвитку конкуренції між сільськогосподарськими підприємствами. Вони самі визначають структуру посівних площ і поголів'я худоби, ринки збуту продукції, час реалізації, беруть участь у визначенні ціни. Але конкурентна боротьба між ними по суті справи відсутня.

Для стабільної роботи господарств необхідно як державне, так і регіональне стимулювання закупівель продукції на договірних умовах, що передба-

чають всебічну підтримку розвитку виробництва та його високу прибутковість. Тільки за цих умов підвищиться конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції підприємств.

Особливий вплив на формування конкуренції в сільському господарстві мають взаємовідносини між господарствами виробниками сільськогосподарської продукції та підприємствами переробки. Конкуренція між ними проявляється на ринку збуту продукцію, у встановленні ціни на продукцію сільського господарства, яка для переробного підприємства є сировиною.

У сільському господарстві на конкурентоспроможність впливає велика кількість господарств-виробників і низька питома вага продукції одного господарства на ринку, що не дозволяє цим господарствам істотно впливати на ціну своєї продукції. У той же час у переробній промисловості всі підприємства є локальними монополістами. У силу економічної прихильності господарств-постачальників до конкретної території та їх великої кількості, підприємства-переробники сільськогосподарської продукції диктують свої ціни реалізації. Слід також зазначити, що можливості змови серед переробників реальніші, ніж у більшості господарств, виробників сільськогосподарської продукції.

Монополізм підприємств-переробників сприяє перерозподілу доходів із сільського господарства в інші галузі, а це призводить до фінансової неспроможності господарств удосконалювати і розширювати виробництво, відсутності матеріальної зацікавленості працівників сільського господарства у розвитку виробництва.

Не менш важливим фактором, який впливає на стан сільськогосподарського виробництва та конкурентоспроможність є зростання ціни на промислову продукцію і на цій підставі на собівартість продукції. Ціни реалізації сільськогосподарської продукції аграрними підприємствами збільшувалися повільніше. Саме ж виробництво продукції практично залишалося на одному рівні або зростало незначними темпами. Зростання витрат на виробництво і вартості продукції в поточних цінах обумовлене зростанням цін на промислову продукцію. За рахунок цих «ножиць» і утворюються значні збитки в сільськогосподарських підприємствах.

Зростання збитків сприяв значний ріст матеріальних витрат на виробництво продукції за рахунок зростання цін на матеріальні ресурси. У структурі загальних витрат вони стали займати близько 70% (без амортизації) у 2013 р., тоді як у 1990 р. їх частка займала 49,4%. Сьогодні їх частка постійно зростає, що також знижує конкурентоспроможність продукції і не дозволяє аграрним підприємствам збільшити оплату праці працівників.

Таблиця 2

Ефективність сільськогосподарського виробництва в аграрних підприємствах

Показники	2005	2010	2011	2012	2013
Прибуток, збиток (-) від реалізації сільськогосподарської продукції, млн. грн.	1253,2	12750,5	19926,0	20199,4	11804,3
у тому числі:					
продукція рослинництва	900,2	11375,9	17322,7	17029,8	8977,8
продукція тваринництва	353,0	1374,6	2603,3	3169,6	2826,5
Рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції, %	6,8	21,1	27,0	20,5	11,2
у тому числі:					
продукція рослинництва	7,9	26,7	32,3	22,3	11,1
продукція тваринництва	5,0	7,8	13,0	14,3	11,3

Джерело: [2]

Водночас собівартість прямо впливає на результати роботи підприємства і стан їх конкурентоспроможності (табл. 2).

Виробництво сільськогосподарської продукції в Україні є ефективним. Водночас вищий рівень ефективності досягається в галузі рослинництва порівняно з тваринницькою галуззю. Однак рівень рентабельності, який отримують в даній галузі є низьким, що зумовлено саме високим рівнем матеріальних витрат у структурі виробництва.

Висновки. Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що сформована система взаємовідносин в аграрній сфері економіки не сприяє розвитку сільськогосподарського виробництва та підвищення його конкурентоспроможності.

Склад агропромислового комплексу може здійснювати істотний вплив на стан конкуренції. Виробництво сільськогосподарської продукції розосереджено у великій кількості різних організаційно-правових форм підприємств і жодне з них не має визначальної ролі на ринку продукції. І навпаки – наявність невеликого числа підприємств, які здійснюють заготівлю і переробку продукції, призводить до локального монополізму, знижує конкуренцію і можливості підвищення ефективності виробництва.

Водночас на ефективність сільськогосподарського виробництва та рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку впливає собівартість і матеріальність продукції, тобто рівень витрат на виробни-

цтво продукції, на основі яких він встановлює ціну продажу, має можливість її регулювати залежно від якості, попиту, пропозиції тощо. В умовах зростання цін на матеріальні ресурси собівартість продукції підвищується, що стимулює виробника підвищувати ціну реалізації продукції, тим більше в умовах інфляції. Однак, незважаючи на стійкий попит на продукцію, торгові посередники та заготівельники встановлюють свої ціни, як правило, занижені. При відсутності своєї переробки, складів, нестачі обігових коштів і грошових ресурсів і в силу властивостей продукції сільського господарства, що вимагає її швидкої реалізації, сільськогосподарські товаровиробники змушені реалізувати продукцію на умовах, часто не вигідних і збиткових для них. Цьому сприяє також відсутність державного та регіонального регулювання цін, невтручання їх у процеси реалізації, а також недостатня кооперація та інтеграція товаровиробників із заготівельними та переробними підприємствами. Все це знижує конкурентоспроможність продукції та аграрних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 287 с.
2. Сільське господарство України за 2013 р. – К.: ТОВ «Август трейд». 2014. – 390 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

УДК 339.133.017:330.16

Скригун Н.П.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу*

Національного університету харчових технологій

Пірнак М.В.

студентка

Національного університету харчових технологій

СПОЖИВЧА ЛОЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Розглянуто сутність споживчої лояльності, а також її особливості. Проаналізовано підходи щодо поняття «лояльність». Запропоновано авторське бачення споживчої лояльності з урахуванням сучасних підходів до визначення сутності цієї маркетингової категорії.

Ключові слова: маркетинг, споживач, лояльність, споживча лояльність, бренд.

Скригун Н.П., Пірнак М.В. ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Рассмотрены сущность потребительской лояльности, а также ее особенности. Проанализированы подходы относительно понятия «лояльность». Предложено авторское видение потребительской лояльности с учетом современных подходов к определению сущности этой маркетинговой категории.

Ключевые слова: маркетинг, потребитель, лояльность, потребительская лояльность, бренд.

Skryhun N.P., Pirnak M.V. CONSUMER LOYALTY: ESSENCE AND FEATURES

The essence of consumer loyalty and its features is considered. Approaches in relation to a concept "loyalty" are analyzed. The author's vision of the consumer loyalty is offered taking into account the modern approaches to the determination of essence of this marketing category.

Keywords: marketing, consumer, loyalty, consumer loyalty, brand.

Постановка проблеми. З підсиленням конкуренції підприємства активніше намагаються завоювати прихильність споживачів і за рахунок цього максимізувати свої прибутки. Успішна діяльність компанії як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках пере-

дусім залежить від ставлення споживачів до продукції, тобто від їхньої лояльності як до компанії, так і до її товарів.

Споживча лояльність є важливим фактором успіху у конкурентній боротьбі за прихильність спо-