

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.43.01.

Лавриненко С.О.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту організацій і
адміністрування ім. М.П. Поліщука
Житомирського національного агроєкологічного університету*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В КОНТЕКСТІ РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Стаття присвячена дослідженню сутності конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Виділено основні види чинників та проаналізовано їх вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. Сформульовано кон'юнктуру конкурентоспроможності продукції та встановлено важелі її формування.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність продукції, кон'юнктура конкурентоспроможності, собівартість, ціна, якість.

Лавриненко С.О. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЙ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Статья посвящается исследованию сути конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и факторов ее формирования. Проведен анализ их влияния на конкурентоспособность продукции. Введено понятие конъюнктуры конкурентоспособности и определены рычаги формирования.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность продукции, конъюнктура конкурентоспособности, себестоимость, цена, качество.

Lavrynenko S.O. THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS WITHIN THE TERMS OF MARKET ECONOMY

This determined the essence of competitiveness of agricultural products and determined main types of aspects and analyzed their impact onto competitiveness of agricultural products. The article formulated the market research of competitiveness of the products and determined the leverages of its formation.

Keywords: rivalry, competitiveness of products, market research of competitiveness, primary cost, price, quality.

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси у світовій економіці, активним учасником яких завдяки вступу до Світової організації торгівлі стала й Україна, визначають вектор розвитку аграрного сектора економіки та відкривають нові можливості для відродження сільського господарства, формують додаткові конкурентні переваги на агропродовольчому ринку. Проте повноцінна реалізація аграрного потенціалу країни в умовах низької конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції неможлива ні на внутрішньому, ні на зовнішньому ринках. Розв'язання цієї проблеми потребує консолідації зусиль управлінських, виробничих, науково-дослідних та маркетингових структур, використання наявного природно-ресурсного потенціалу відповідно до вимог ринку, поступового підвищення інвестиційної привабливості та інноваційної ємності галузі сільського господарства, а також налагодження дієвих комунікативних зв'язків зі споживачами, інтереси та потреби яких повинні стати основним пріоритетом для сільськогосподарських товаровиробників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення теоретико-прикладних аспектів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції зробили такі відомі вітчизняні вчені: В. Андрійчук, В. Блонська [1], В. Бойко, В. Галушко, С. Кваша, Г. Кулешова, П. Саблук, О. Царенко; зарубіжні – П. Брентон, М. Познер, М. Портер [2], Дж. Стренд, В. Скотт, Д. Рікардо, А. Сміт та багато ін.

Водночас складність та багатогранність наявних в аграрному секторі економіки проблем зумовлює необхідність пошуку нових підходів щодо формування конкурентоспроможності продукції сільського господарства. Зокрема, потребує уточнення сутність конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в умовах кардинальних перетворень щодо форм господарювання, практичної реалізації новітніх методик дослідження, а також розробки рекомендацій щодо подолання негативних явищ і тенденцій в агропромисловому виробництві, які підсилюють низьку здатність продукції до конкурування за наявних умов тощо.

Мета статті. Метою дослідження є теоретичні аспекти конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в умовах мінливої кон'юнктури ринку, пошук та формування важелів її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, фундаментом ринку є конкуренція, яка займає головну позицію в підвищенні якості продукції, скороченні витрат, впровадженні нововведень. У сучасних умовах конкурентної боротьби вистояють ті підприємства, які мають гнучку систему виробництва, чия продукція виявляється найбільш конкурентоспроможною та сповна відображає відмінність від продукції-аналогу за ступенем відповідності у задоволенні потреб споживачів щодо параметрів якості та вартості [2]. Таким чином, конкуренція повинна стати основою формування виробництва конкурентоспроможної продукції.

Вивчаючи конкурентоспроможність та проводячи аналіз поняття «конкурентоспроможність продукції», пропонуємо уточнення цього визначення в наступній редакції: конкурентоспроможності продукції – це комплекс якісних та вартісних характеристик, які забезпечують здатність продукції відповідати санітарно-гігієнічним та екологічним вимогам, задовольняючи потреби споживачів та забезпечувати виробнику комерційний успіх (максимальний рівень дохідності).

Забезпечення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств відбувається через удосконалення системи техніко-технологічного забезпечення виробництва із застосуванням інноваційних технологій. Впровадження механізму забезпечення конкурентоспроможності аграрної продукції вимагає відповідного фінансового забезпечення, що формується в основному за рахунок прибутку підприємств та можливості отримання кредитних ресурсів.

На формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції впливають фактори, що формуються на макро- та мікрорівні (рис. 1).

Забезпечуючи конкурентні переваги, товаровиробникам слід також враховувати насамперед фактори зовнішнього середовища (макрорівень), до яких можна віднести: політику держави – напрями зовнішньої політики, інтеграційні процеси, забезпечення внутрішньої політичної і соціальної стабільності; соціальні фактори – наявність трудового потенціалу, рівень зайнятості, вартість робочої сили; економічні

фактори – фінансово-кредитна політика, фіскальна політика, цінові та інфляційні процеси; ресурсний потенціал – наявність природних, земельних та водних ресурсів, зниження екологічного навантаження; нормативно-правова база – створення відповідного законодавчо-нормативного поля, направлено на підтримку та стимулювання вітчизняних товаровиробників; ринкове середовище – кон'юнктура внутрішнього та світового ринків; рівень розвитку ринкової інфраструктури.

На мікрорівні формування конкурентоспроможності здійснюється за рахунок таких факторів: виробничий потенціал – техніко-технологічне забезпечення виробництва, трудові, земельні та виробничі ресурси; система маркетингу – сукупність маркетингових заходів та інструментів, що сприятимуть конкурентному позиціонуванню на ринку продукції; система постачання – забезпечення вчасного та надійного постачання сировинних ресурсів та альтернативності їх джерел; фінансово-кредитне забезпечення характеризується сукупністю фінансово-кредитних коштів, що дозволить повною мірою дотримуватись технології виробництва та впроваджувати інновації; система інформаційного забезпечення – перманентне прогнозування потреб споживачів, цін конкурентів, нових ринків, каналів розподілу продукції тощо; рівень розвитку інфраструктури – доступ до сировинних ресурсів, наявність транспортних комунікацій, раціональне розміщення трудових ресурсів, наближеність до постачальників та споживачів; сис-



Рис. 1. Основні аспекти формування конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств

Джерело: авторська розробка

тема управління – створення раціональної організаційної структури підприємства.

Система моніторингу ринку сільськогосподарської продукції свідчить про нестабільність попиту, обсягу продажу та цін. Ці складові тісно пов'язані між собою: сплеск пропозиції чи ажіотаж попиту

неодмінно дестабілізують обсяги продажу та ціни на продукцію. Несприятлива кон'юнктура для виробника призводить до зниження ціни та втрати прибутків та зниження рентабельності виробництва. Наслідком чого є зниження конкурентоспроможності продукції підприємств [3; 4].



Рис. 2. Формування кон'юнктурної конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

Джерело: авторська розробка

Стрибокподібна кон'юнктура цін на сільськогосподарську продукцію, породжує новий вид конкурентоспроможності – кон'юнктурної (рис. 2).

Сформулювати її визначення можна так: кон'юнктурна конкурентоспроможність продукції – це спроможність її до ефективної адаптації в умовах зміни попиту і різноспрямованої дії факторів ринку, що забезпечує беззбитковий продаж в умовах ринкового спаду та максимальний прибуток під час кон'юнктурного підйому.

На рис. 2 відображено інструменти формування кон'юнктурної конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Визначені основні шляхи та способи максимізації дії позитивних факторів і використання ринкових можливостей, розкриті базові аспекти адаптації до негативних змін ринкової кон'юнктури та забезпечення підтримки функціонування аграрних підприємств, що на сучасному етапі розвитку сільськогосподарських підприємств є надто важливим, оскільки ринок аграрної продукції поглинула дестабілізація.

Причина дестабілізації ринку полягає у нестачі ефективного регуляторного впливу держави на динаміку обсягів продажу і цін на продукцію. Значною мірою це зумовлено браком повної, оперативної та достовірної інформації про кон'юнктуру, коливаннями обсягів продажу, структурними співвідношеннями виробництва та споживання продукції, коливаннями цін. Тому важливою умовою формування і функціонування прозорого аграрного ринку є створення системи моніторингу ринкових товаропотоків і цін на ресурси.

Внаслідок неефективної цінової політики, неповного використання дієвих інструментів регулювання цін на ринку складається стрибкоподібна кон'юнктура цін, продовжується нарощування диспаритету цін у сільському господарстві порівняно з іншими галузями економіки, зростають втрати виробників та споживачів.

На аграрному ринку недостатньо використовуються можливості балансового методу його регулювання та моніторингу. Залишається низьким рівень поінформованості учасників, не забезпечується ефективне балансування кількісних і якісних параметрів попиту і пропозиції, що періодично дестабілізує ринок. Великий експортний потенціал аграрного сектору суттєво стримується невисоким рівнем інвестиційно-інноваційного оновлення сільського господарства та інфраструктури ринку, державного протекціонізму експорту конкурентоспроможної на зовнішніх ринках продукції, зтягування з оформ-

ленням членства України у вигідних для співробітництва міжнародних торговельних організаціях, гармонізації вітчизняної нормативної бази з міжнародними системами [5].

В умовах підвищення залежності аграрного виробництва і процесів збуту сільськогосподарської продукції від впливу зовнішніх, незалежних від виробника чинників, коли підвищується тривалість та значимість впливу комплексу факторів, що формують негативну кон'юнктуру ринків і ведуть до зниження рівня рентабельності, одним із найбільш важливих механізмів забезпечення ефективності діяльності підприємств є формування і розвиток кон'юнктурної складової конкурентоспроможності продукції.

Кон'юнктурна складова конкурентоспроможності продукції в аграрному виробництві визначає сукупність інструментів та засобів для компенсації і пом'якшення негативного впливу циклічних, позасезонних та сезонних коливань цін та обсягів збуту продовольчої продукції та сировини, зменшення цінового диспаритету, забезпечення раціональної структури виробництва і збуту в умовах інтеграції до світового ринку.

Висновки. Отже, завдяки формуванню кон'юнктурної складової конкурентоспроможності відкриваються можливості для підвищення ефективності виробництва і збуту продукції в довгостроковій перспективі, реалізується потенціал щодо розкриття і використання конкурентних переваг в умовах інтеграції до міжнародної торговельної системи, забезпечується стабільність та прогнозованість роботи підприємств навіть за умов тривалої вираженої дії факторів негативної ринкової кон'юнктури.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блонська В. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства як основний фактор ефективності його діяльності / В. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.1. – С. 173–177.
2. Porter M. Competition. – USA : Harvard Business School Publishing Cooperation, 2008. – 544 с.
3. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навчальний посібник. – Київ : ЦУЛ, 2003. – 186 с.
4. Долинская М. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Долинская, И. Соловьев. – М. : Изд-во стандартов, 2008. – 128 с.
5. Хорунжий М. Аграрна політика : [підручник] / М. Хорунжий. – К. : КНЕУ, 2010 – 321 с.