



О. П. Бурлака

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено конкуренцію і конкурентоспроможність аграрного виробництва в сучасних умовах. Запропоновано шляхи збільшення конкурентних можливостей в аграрному секторі України.

Ключові слова: конкуренція, аграрне виробництво.

Постановка проблеми

Перехід України до ринкових відносин та приєднання до Світової організації торгівлі зумовлює необхідність глибокого вивчення теоретичних та практичних основ формування і підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств як складової продовольчої безпеки держави і належать до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. Це визначається винятковим значенням аграрного підприємства у забезпеченні сталого розвитку аграрного ринку, здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків, створення продовольчої безпеки держави. Лише конкурентоспроможні підприємства здатні виробляти сільськогосподарську продукцію високої якості й успішно конкурувати з іноземними товаровиробниками як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій

Проблема конкурентоспроможності за своїм змістом є фундаментальною, тому пошук шляхів її вирішення розкривається у працях багатьох видатних дослідників. Серед українських учених-аграрників дослідженню питань формування та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств присвячені праці: В. Я. Амбросова, В. Г. Андрійчука, П. С. Березівського, М. О. Беседіна, О. Д. Гудзинського, Л. А. Євчук, В. К. Збарського, І. Г. Кириленка, О. О. Красноручького, П. М. Макаренка, М. Й. Маліка, В. Я. Месель-Веселяка, Ю. О. Нестерчук, О. В. Олійника, Б. Й. Пасхавера, П. Т. Каблука та інші.

Водночас недостатньо опрацьованими залишаються питання щодо розробки механізмів формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, залежності її від рівня ресурсозабезпеченості й ефективності державної підтримки, методики оцінки конкурентоспроможності підприємств та обґрунтування основних напрямів її підвищення.

Постановка завдання

Метою статті є дослідження семантики терміну конкурентоспроможність, узагальнення критеріїв і методики визначення її рівня для сільськогосподарської продукції і розробка окремих рекомендацій щодо покращення рівня конкурентоспроможності продукції для вітчизняних агровиробників.

Виклад основного матеріалу дослідження

Конкурентоспроможність в економічній аграрній науці відноситься до ключових категорій, яка відображає ефективність формування та використання ресурсного потенціалу спеціалізації, інвестиційно-інноваційних можливостей та резервів, важелів управління та маркетингу в аграрних підприємствах всіх форм власності та організації виробництва. Її рівень визначається обсягами, асортиментом та якістю виробленої продукції, фінансово-економічним становищем суб'єкта господарювання. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності першочергове значення мають ефективна організація та висока культура виробництва; підприємницька ініціатива; рівноправний доступ до ресурсів; сприятлива цінова кон'юнктура, державна підтримка вітчизняного товаровиробника.

Аналіз літературних джерел дає змогу виділити декілька наукових підходів до визначення поняття «конкурентоспроможності», яке має два формати розуміння її суті: як економічної категорії та характеристики ринкового положення суб'єкта господарювання.

Конкурентоспроможність як економічна категорія відображає економічні відносини з приводу створення та реалізації комплексу конкурентних переваг. Її об'єктивність виявляється в незалежності складових, що формуються відповідно до дії економічних законів і не можуть бути об'єктом суб'єктивного впливу.

Конкурентоспроможність як характеристика конкурентного положення господарюючого суб'єкта

має реальні порівняльні ознаки прояву, оцінка яких формується на основі суб'єктивних уявлень щодо його конкурентних можливостей на конкретному ринку у визначений час [2].

Отже, поняття «конкурентоспроможність» носить багатовекторний характер, що обумовлений необхідністю диференційованого погляду на визначення об'єкта, форм прояву та видів.

Актуальним є виділення конкурентоспроможності продукції, як головної складової конкурентного середовища. Більшість наявних в економічній літературі визначень даного поняття ґрунтуються на двох методичних підходах. Перший визначає конкурентоспроможність продукції, як систему взаємопов'язаних його характеристик, що відповідають вимогам ринку і конкурентного середовища. Другий характеризує це поняття як її здатність бути більш привабливою для споживача (покупця) у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду і призначення [5]. Часто поняття конкурентоспроможності ототожнюють із терміном якість, а в більшості джерел, в яких досліджується семантика даного терміну, — із співвідношенням ціна/якість.

Важливу роль в умовах ринкової економіки відіграє правильна оцінка конкурентоспроможності продукції, тобто її здатності конкурувати з відповідними аналогами як вітчизняного, так і зарубіжного виробництва.

«Конкурентоспроможність, — відзначає В. Андрианов, — багатопланова економічна категорія, яку можна розглядати на кількох рівнях. Це конкурентоспроможність товарів, товаровиробників, галузей, країни. Між всіма цими рівнями існує тісний взаємозв'язок: адже конкурентоспроможність країни й галузі в кінцевому рахунку залежить від здатності конкретних товаровиробників випускати конкурентоспроможні товари» [1].

Рабштина В. М. вважає, що «вихідним моментом сучасного розуміння конкурентоспроможності є розуміння динамічності та розвитку конкуренції, а не його статичних зосереджених на перевагах чинників виробництва або «ефекту масштабу», тобто в центрі розуміння конкурентоспроможності знаходиться удосконалення та оновлення технології [6].

А. Сміт розуміє конкуренцію як сукупність взаємозалежних спроб різних товаровиробників встановити контроль на ринку. При цьому основним об'єктом конкурентної боротьби є ціна [8].

Український економіст Покропивний С. Ф. розглядає конкурентоспроможність як «властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу порівняно з аналогічними об'єктами даного ринку» [3].

Конкурентоспроможність продукції — сукупність властивостей продукції відповідати вимогам ринку в визначений момент часу. Вона характеризується споживчими властивостями; затратами споживача; кон'юнктурою ринку реалізації товарів.

Отже, конкурентоспроможність конкретної продукції — величина перемінна, яка з часом знижується. Початковий рівень конкурентоспроможності повинен бути тим вище, чим довший період розробки виробів і їх життєвий цикл. Чим вище початковий рівень конкурентоспроможності продукції, тим більше обсяги її реалізації і довший період існування. Зниження рівня конкурентоздатності і, відповідно, обсягів продажу продукції, буде визначатися темпами морального її значення та науково-технічним прогресом в конкретній галузі виробництва.

Насправді ж досліджуване поняття є значно ширшим ніж просто якість продукції, оскільки дуже часто не якість, а інші характеристики відіграють вирішальну роль при виборі котрогось із конкуруючих товарів споживачем. Тому, в даному аспекті доцільно говорити про конкурентоспроможність товару, як «сукупність характеристик» за умови, що вартість товару теж входить до цієї сукупності. Визначення, що базується на підході з позиції «здатності товару бути більш привабливим» не може претендувати на роль вихідного, оскільки, ця «здатність» впливає із вищезгаданих характеристик. Хоча, при логічному поділі терміну конкурентоспроможність на частини «конкурент» і «спроможність», саме друга його складова є визначальною. Проте, в такому випадку, доцільно говорити про конкурентоспроможність підприємства, галузі чи країни.

Отже, на основі результатів досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених визнаємо, що конкуренція — багатоаспектне наукове поняття, що не обмежується єдиним універсальним визначенням. При розкритті сутності конкуренції вчені керуються одним з трьох основних підходів: поведінковим, в рамках якого конкуренція розглядається як спосіб поведінки економічних суб'єктів на ринку; структурним, який ґрунтується на аналізі структури ринку; функціональним, який розглядає конкуренцію з погляду її функцій та ролі в економіці. Вважаємо, що визначення поняття «конкуренція» не повинне обмежуватися спрощеним вузькоеконімічним трактуванням, а має містити в собі три вищезазначені підходи. У зв'язку із цим конкуренція розглядається як комплексна категорія, що відображає відносини між суб'єктами господарювання, які виникають на ринку і проявляються в боротьбі за кращі результати діяльності, завдяки чому формуються різні моделі ринку та задовольняються потреби як окремих споживачів, так і суспільства в цілому.

Отже, конкурентоспроможність продукції — це сукупність взаємопов'язаних характеристик продукції, які визначають її відповідність вимогам ринку.

В умовах виникнення і дії конкуренції в агропромисловому виробництві важливого значення

набуває досягнення балансу між постачальниками і споживачами сільськогосподарської продукції. В останній час в Україні в результаті тривалої економічної кризи, що призвела до різкого зниження обсягів виробництва всіх видів сільськогосподарської продукції і стрімким зростанням цін на неї, значно скоротилося споживання населенням м'ясних і молочних продуктів, овочів, цукру, олії, хлібоборошняних виробів та інших продуктів. В даний час в агропромисловому виробництві нашої країни відсутня внутрігалузева конкуренція, не дивлячись на те, що тут діють десятки тисяч товаровиробників з різними формами власності і господарювання, що цілком достатньо для функціонування конкуренції. Вона може з'явитися лише при умові рівноваги між попитом і пропозицією, яка на сьогодні порушена через відсутність організованого ринку кормів, засобів виробництва, будівельних матеріалів необхідних для розвитку товаровиробництва, а держава поки що стоїть осторонь вирішення цих питань.

Отже, щоб зробити конкуренцію дійсно рушійною силою розвитку сільськогосподарського виробництва, необхідна не лише наявність на ринку великої кількості незалежних товаровиробників, але, насамперед, досягнення оптимальних співвідношень між попитом і пропозицією на продукцію сільського господарства, що може бути забезпечено лише при умові різкого зростання обсягів її виробництва.

Крім того, для успішного функціонування конкуренції в сільському господарстві слід встановити державний контроль за дотриманням паритету цін, покінчити з необґрунтованим накручуванням цін внаслідок багатьох існуючих посередників у товарообігу [4].

Для аналізу конкурентоспроможності продукції необхідна інформація, що характеризує корисний ефект даного об'єкта та об'єктів-конкурентів і сукупні витрати протягом життєвого циклу об'єктів. З метою забезпечення конкурентоздатності продукції підприємства прагнуть залучити і утримати споживачів товарами, що мають найвищу споживчу цінність, тобто зорієнтовані на маркетингову концепцію створення кращого, порівняно з конкурентами, задоволення та передбачення потреб покупців. В основі цінності знаходиться не лише якісне продовольство, а і вся система надання цінності споживачеві (товар з оточенням), оскільки споживча цінність є багатозначним поняттям, що поєднує численні аспекти надання підприємством цінності споживачам, а не просто товар.

Визначаючи конкурентоздатність товару, виробник продукції має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоздатності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оціню-

ється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації.

Витрати покупця поєднують дві частини: витрати на покупку товару (ціна) та витрати, пов'язані із споживанням. У сукупності вони формують ціну споживання, яка здебільшого значно перевищує продажну ціну, особливо у разі нецінової конкуренції.

Становлення конкурентних відносин в аграрному секторі економіки України має своєрідний характер. Їх формування відбувається за умов реформування власності на землю та основні засоби виробництва, відсутності ринкової інфраструктури, зокрема організованого ринку аграрної продукції, чіткого законодавчого та нормативного забезпечення. Ці процеси зумовили певні особливості конкурентних відносин в аграрному секторі, серед яких такі: прояв їх в умовах невідповідності попиту і пропозиції на сільськогосподарську продукцію, необхідність постійного державного втручання та дієвого регулювання, різноманітність ринкових структур, наявність міжгалузевої конкуренції в сільському господарстві, переважно ціновий характер конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції, що зумовлюється порівняно низькою собівартістю її виробництва.

Конкуренція нерозривно пов'язана з конкурентними перевагами підприємства, які своєю чергою формують його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможним є таке сільськогосподарське підприємство, яке здатне пристосовуватися до мінливих умов господарювання, ефективно функціонувати в умовах ризику та невизначеності, виробляти конкурентоспроможну продукцію. Формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств відбувається від впливом як ендогенних, так і екзогенних факторів, головними з яких є: макроекономічна та політична стабільність у державі, відкритість вітчизняного та міжнародних ринків, економічна політика держави, зокрема кредитна, податкова, інвестиційно-інноваційна, політика страхового захисту товаровиробників, рівень розвитку аграрного ринку та його інфраструктурне забезпечення, соціальне середовище, природно-кліматичні умови, розміри підприємства, рівень його спеціалізації та концентрації тощо.

Висновки

З метою посилення конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції необхідно здійснити наступні заходи: забезпечити гарантування пріоритетного розвитку агропромислового виробництва з визначенням сільського господарства базовою галуззю економіки, створення умов для

стабілізації та нарощування виробництва сільськогосподарської продукції; кошти, які в даний час використовуються для закупівлі продовольства та матеріально-технічних ресурсів у інших країнах спрямувати на інвестування власного товаровиробника; встановити суворий контроль за регулюванням економічного механізму господарювання в агропромисловому комплексі; встановити ціни на сільськогосподарську продукцію, які б не лише відшкодували понесені на її виробництво затрати, а й забезпечували певну масу прибутку для ведення розширеного відтворення; обмежити кількість посередників із числа комерційних структур, що займаються збутом сільськогосподарської продукції та забезпеченням її виробників матеріально-технічними ресурсами; запровадити державну підтримку всіх суб'єктів виробництва незалежно від форм господарювання. Вона повинна бути спрямована на досягнення паритету доходів сільських товаровиробників з доходами працівників інших галузей народного господарства; встановити систему пільг, стимулюючі закупівельні ціни, дотації для окремих видів сільськогосподарської продукції, зменшити податковий тиск на аграріїв; відновити інтеграційні процеси сільського господарства з переробними, торговими і сервісними організаціями, забезпечити паритетні умови їх функціонування.

Література

1. Гуторова І. В. Теоретичні основи поняття конкурентоспроможності [Текст] / І. В. Гуторова // Вісн. Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства. Сер. «Економічні науки». — Х. : ХНТУСГ, 2008. — Вип. 71. — С. 87–95.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства [Текст] : навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К. : Центр навчальної літератури, 2008. — 384 с.
3. Економіка підприємства: підручник [Текст] / за ред. С. Ф. Покропивного. — К. : КНЕУ, 2000. — 528 с.
4. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми [Текст] : монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. — К. : ННЦ ІАЕ, 2007. — 270 с.
5. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; под ред. В. Д. Щетинина. — [пер. с англ.] — М. : Международные отношения, 1993. — 327 с.
6. Рабштина В. М. Основи маркетингу в галузях АПК: навчальний посібник [Текст] / В. М. Рабштина, В. В. Писаренко, Х. З. Махмудов. — Дніпропетровськ : Зоря, 2002. — 416 с.
7. Сіваченко І. Ю. Управління конкурентоспроможністю підприємства (організації) [Текст] : навч. посібник / І. Ю. Сіваченко. — К. : ЦУЛ, 2005. — С. 49–52.
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. — М. : [б. в.], 1962. — 960 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. П. Бурлака

Исследована конкуренция и конкурентоспособность аграрного производства в современных условиях. Предложены пути увеличения конкурентных способностей в аграрном секторе Украины.

Ключевые слова: конкуренция, аграрное производство.

Елена Павловна Бурлака, старший преподаватель кафедры экономики предприятия, Полтавская государственная аграрная академия

THEORETICAL BASIS OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

E. Burlaka

Studied the competition agricultural production in modern conditions. Propose ways to increase competitive opportunities in the agricultural sector of Ukraine.

Keywords: competition, agricultural production.

Elena Burlaka, Lecturer in business economics of Poltava State Agrarian Academy

Адреса для листування:

36002, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3
Полтавська Державна аграрна академія
Кафедра економіки підприємства
E-mail: econom_kaf_PDAA@mail.ru
Тел.: (05322) 22764