

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS

УДК 338.4

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-11>**Супрунчук В.В.**

магістрант

Поліський національний університет

Ткачук В.І.

д.е.н., професор кафедри

економіки і підприємництва

Поліський національний університет

Suprunchuk Vadym

Polissia National University

Tkachuk Vasyi

Polissia National University

Конкурентоспроможність як поняття поєднує у собі більшість наукових досліджень, практичних розробок та рекомендацій, що стосуються окремого суб'єкта економіки. Оскільки підприємство є основним виробником продукції, послуг, робіт, що забезпечують потреби споживачів та розширене відтворення, то конкурентоздатність с.-г. підприємств потребує особливого дослідження на зовнішньому і внутрішньому ринках. Ефективне існування та стабільний розвиток підприємства в умовах ринкової економіки неможливі без забезпечення високої конкурентоспроможності власної продукції та у цілому господарства. Поняття конкурентоспроможності в сільському господарстві розглядається комплексно на всіх рівнях: регіональному, національному, глобальному, відповідно, розглядається конкурентоспроможність продукції, підприємства, регіону, галузі, країни. Підприємство, що виробляє продукцію, на ринку виступає структурною одиницею та основою на всіх рівнях конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний потенціал, конкурентний статус, підприємства.

Необхідність успішно конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринках потребує особливого уваги до розробки поняття

«конкурентоспособность», фактично олицетворяет собой квинтэссенцию большинства научно-теоретических исследований, методических разработок, практических положений и прикладных рекомендаций по обеспечению успешности функционирования предприятия в современном экономическом пространстве, так как предприятие остается основным производителем продукции, работ и услуг, удовлетворяющих потребности населения, обеспечивая одновременно и расширенное воспроизводство. Предприятие в рыночной экономике не может эффективно функционировать, стабильно развиваться и реализовывать функции социальной ответственности бизнеса в случае низкой конкурентоспособности собственной продукции и предприятия в целом. Кроме того, это понятие рассматривается на всех уровнях: глобальном, национальном, региональном. Существует конкурентоспособность страны, отрасли, региона и самое главное – предприятия. Само предприятие, производя продукцию для рынка, выступает основой всех других типов конкурентоспособности на всех уровнях.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал, конкурентный статус, предприятия.

Competitiveness as a concept combines most of the research, practical developments, and recommendations relating to an individual economic entity. Since the company is a major producer of products, services, works that meet the needs of consumers and expanded reproduction, the competitiveness of agriculture enterprises needs special research in foreign and domestic markets. Effective existence and stable development of agricultural enterprises in a market economy are impossible without ensuring high competitiveness of their own products and the economy as a whole. The concept of competitiveness in agriculture is considered comprehensively at all levels: regional, national, global, respectively, the competitiveness of products, enterprise, region, industry, country. The enterprise that manufactures products on the market acts as a structural unit and the basis for all levels of competitiveness. The formation and transformation of market relations in the country's economy require detailed analysis in the field of managing the competitiveness of each individual enterprise. This means strengthening the role of economic management methods, the application of new methodological approaches in marketing, planning, and management of production, and sales. In such conditions, companies should monitor market conditions on an ongoing basis to be able to predict the future market situation, in-depth analysis of the state and operation of the company, and to build a development strategy on the basis of comprehensive generalization to ensure a competitive position in the market. In modern conditions of formation and development of market relations, aspects of the development of the methodical, theoretical, practical base of competitiveness have not received due attention. Therefore, the issues of development and ensuring sustainable competitive positions, research of factors, and assessment of competitiveness remain open and require further comprehensive study.

Key words: competitiveness, competitive advantages, competitive potential, competitive status, enterprises.

Постановка проблеми. Основним принципом розгляду конкурентоспроможності продукції аграрного сектору на внутрішньому і зовнішньому ринках є дослідження взаємозв'язку результативності внутрішнього ринку та високої конкурентоспроможності зовнішнього ринку, ефективна конкуренція на якому формується за умов, за яких підприємства знаходяться в постійній конкурентній боротьбі, роль держави в такому разі зводиться до забезпечення постійного допустимого тиску на підприємства

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поняття конкуренції було сформоване в кінці XVIII ст. А. Смітом, далі його наукові досягнення були фундаментом для вивчення конкурентоспроможності М. Портером, який у 70-х роках XX ст. дав повноцінне визначення цього поняття. Також

великий внесок у розвиток поняття конкурентоспроможності зробили такі вчені: Г. Азоєв, І. Ансофф, А. Томсон, Й. Шумпетер, Р. Фатхутдінов та ін. Із 90-х років XX ст. і дотепер дослідженням конкурентоспроможності займається багато вітчизняних науковців, наприклад: О.Ю. Терованесова, О.М. Косміна, І.Г. Кадирус, Ю.О. Авраменко І.М. Кирчата, Г.В. Поясник, А.І. Лужецький, В.А. Василенко та ін. Проте за сучасних умов розвитку ринкової економіки виникає нагальна потреба в уточненні чинників зростання конкурентоспроможності аграрних підприємств та продукції, що й зумовило проведення даного дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз теоретико-методичних основ та практичних рекомендацій щодо зростання конкурентоспроможності аграрної продукції. Аналіз кон-

курентоспроможності підприємств тісно пов'язаний з усіма аспектами діяльності інших суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє його продукція, оскільки вона є основою і результатом діяльності. Поняття конкурентоспроможності варто розуміти як можливість суб'єкта успішно існувати та розвиватися в умовах конкуренції, маючи конкурентну перевагу над основними конкурентами. Властивості та риси конкурентоспроможності відрізняються залежно від особливостей суб'єкта економіки. Наприклад, для підприємств – боротьба за положення на ринку, для регіону – отримання переваги в конкуренції з іншими регіонами в межах держави, найвищою є боротьба національної економіки – заявити про себе на зовнішньому ринку. Але в основі всіх цих типів лежить саме конкурентоспроможність продукції [1, с. 24].

Основною проблемою підвищення залежності від імпортової продукції аграрного ринку є неконкурентна продукція АПК України. Експортуючи продукцію, наші виробники стикаються з проблемою низьких характеристик продукції, за яких вона експортується як напівфабрикат або сировина. Відповідно, ціна на таку продукцію є невисокою відносно продукції інших країн, тому під час проведення таких експортних операцій Україна отримує мінімальний рівень доходу, причому це спричиняє перетікання національного багатства іншим учасникам МЄВ [3].

Самостійно якість являє собою сукупність характеристик об'єкта, що визначають його природу, структуру, призначення, характерні особливості. Стосовно якості продукції можна виділити багато властивостей, що задовольняють потреби споживачів. Це поняття є абсолютним показником, конкурентоспроможність є показником відносним, що краще, ніж конкуренти, задовольняє потреби споживачів. Також важливим компонентом конкурентоспроможності продукції є вартісна

характеристика – ціна. Ціна найбільш ефективно характеризує конкурентоспроможність продукції, що робить неможливим вплив на кінцевий результат за відсутності змін у процесі. Ціна – це по своїй суті сума собівартості та прибутку. Собівартість продукції – об'єктивний показник конкурентоспроможності, але залежно від мети підприємства та методів її калькуляції можливі індивідуальні можливості внесення змін у кінцевий результат [7, с. 102].

Найбільш важливим складником виступає прибуток, адже рівень прибутковості залежить від середнього в галузі, і його обсяг мусить забезпечити розвиток та відтворення господарства. На відміну від якості та собівартості продукції прибуток залежить від ринку: загального стану, обсягу, розміру сегментів та характеру ринкової конкуренції [1].

Для забезпечення та підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції держава має проводити надзвичайно виважену політику у сфері регулювання цін на продукцію та ціноутворення у цілому. Вагомим чинником конкурентоспроможності аграрної продукції також є й кількість виробленої продукції, доцільно звернути увагу саме на зернові [1; 8].

За останні п'ять років спостерігається значний приріст валового збору зернових – від 60,1 млн т у 2015 р. до 75,14 млн т у 2019 р. (рис. 1).

Варто зазначити, що збільшується врожайність зернових, адже площа з 2015 р. не змінилася і становить 6,8 млн га, проте площі збору кукурудзи та соняшнику зросли на 20% та в 2019 р. становили 11 млн га (рис. 2).

Водночас було досягнуто стрімкого підвищення врожайності кукурудзи: у 2018 р. цей показник становив 78,4 ц/га, приріст більше ніж на 30% порівняно з 2015 р. (рис. 3).

Щодо галузі тваринництва, то маємо ситуацію (рис. 4), яка свідчить про різке падіння виробництва тваринницької продукції та негативну динаміку, а отже, і зниження конкурентоспроможності.



Рис. 1. Валовий збір зернових у 2015–2019 рр.

Джерело: побудовано за [10]

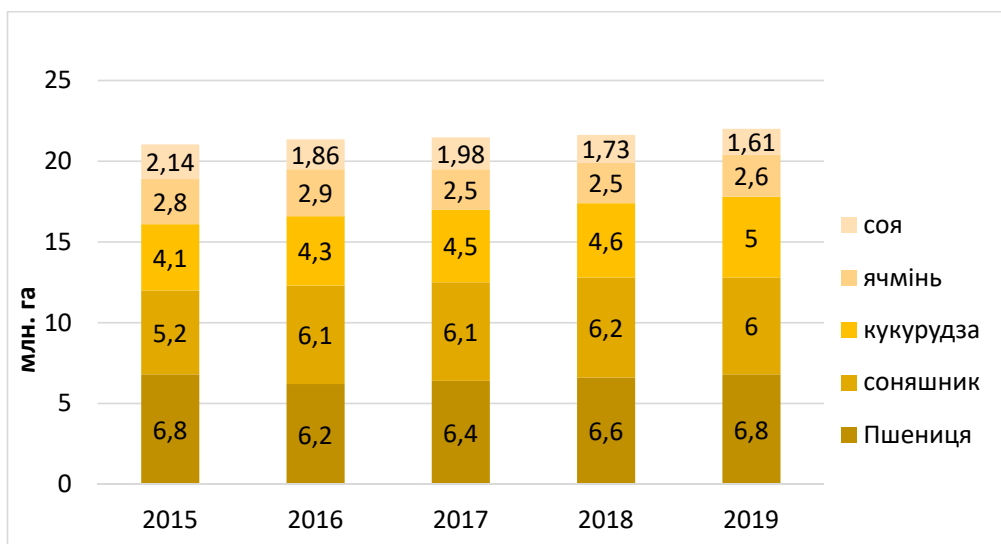


Рис. 2. Площа с.-г. культур для збору

Джерело: побудовано за [10]

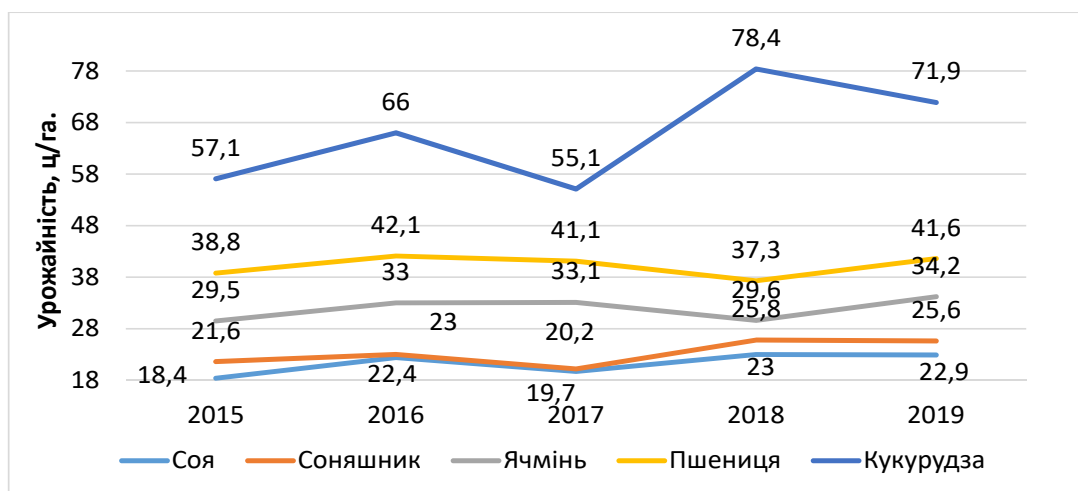


Рис. 3. Динаміка обсягів збору зернових за 2015–2019 рр.

Джерело: побудовано за [10]

За останні 15 років спостерігається значний спад виробництва яловичини та поголів'я ВРХ. Це пояснює низьку конкурентоспроможність продукції. Порівняно з 2005 р. у 2019 р. виробництво яловичини впало більше ніж на 30% та вдвічі скоротилося поголів'я ВРХ.

Тенденція до зменшення виробництва дісталася і до виробництва молока, яке з 2005 р. зменшилося на 30% і становить за 2019 р. 9,7 млн т (рис. 5). Поголів'я ВРХ також скоротилося наполовину, але варто виділити підвищення продуктивності ВРХ. Для підвищення конкурентоспроможності галузі дуже важлива підтримка з боку держави, яка всіма можливими способами має надавати підтримку галузі, але враховуючи складну економічну та політичну ситуацію в Україні розвиток молочного скотарства залишається сталим [10].

У цілому нинішня ситуація з технічним забезпеченням у галузі потребує всебічної підтримки держави. Будівництво машин та агрегатів с.-г. призначення має великий потенціал, для цього в Україні існують всі умови: висококваліфіковані професійні кадри, стабільний попит на продукт, зручні технічні території. Проте вітчизняним виробникам техніки сільськогосподарського призначення бракує інвестицій. Єдиним виходом для розвитку галузі є співробітництво зі світовими виробниками с.-г. техніки. На 2020 р. в Україні існує близько сорока підприємств, здатних виробляти сучасну техніку та обладнання, але вони потребують підтримки [2].

Саме тому Мінагрополітики започаткувало програму підтримки національних виробників техніки с.-г. призначення. На початку 2017 р. Кабінет Міністрів схвалив рішення щодо підтримки



Рис. 4. Динаміка поголів'я ВРХ та виробництво яловичин

Джерело: побудовано за [10]



Рис. 5. Динаміка поголів'я ВРХ та виробництво молока

Джерело: побудовано за [10]

придбання техніки українського виробництва шляхом компенсації вартості у розмірі 15%, згодом компенсацію за купівлю техніки українських виробників було збільшено на 5%. Підтримка діє для виробників, які мали певний ступінь локалізації виробництва, у 2017 р. це було на рівні 35%, у 2020 р. – майже вдвічі більше – 60%. Процедура компенсації коштів проходила в декілька етапів. Спочатку покупець створював заявку, до якої прикріплював документи, що підтверджували придбання такої техніки. Після одержання всіх документів Міністерство аграрної політики та продовольства протягом місяця перераховує кошти в банк, який в одноденний термін перераховує покупцю техніки 20% вартості без ПДВ. В той час, коли цінова

політика на паливо-мастильні матеріали не перестає засмучувати виробників, треба звернути увагу на альтернативні види палива для с.-г. техніки. Найпопулярнішим паливом у сфері агровиробництва в Україні є дизель, якого в рік сільське господарство використовує близько 3 млн т. Подібно до країн Західної Європи, де приділяють велику увагу впровадженню альтернативних палив, Україна також може замінити близько третини витрат дизелю біодизелем, що виробляється з ріпаку. Не менш популярним є використання біоетанолу – сполуки, що є продуктом, виготовленим із зернових культур: його поєднання зі звичайним бензином дасть змогу скоротити використання бензинів на 40%. Самостійне виготовлення біоетанолу є

однією з прерогатив розвитку ринку біопалива в Україні, що, за розрахунками вчених, дасть змогу скоротити використання бензину та дизелю на 10–12% [3, с. 75].

Що стосується продукції аграрного сектору, то основним показником конкурентоспроможності продукції варто розглядати якість, також не менш важливими є адресність, інформативність товару та безпека продукту [6]. Цей аспект нині набув неабиякої популярності завдяки постійному розвитку органічного землеробства, що дає змогу вирощувати екологічно чисту продукцію. Тим більше що неправильне використання земельних ресурсів призводить до зниження їх родючості, що на рівні з безпекою для споживачів продукції потребує уваги до навколишнього середовища [3].

Продукція аграрної галузі має багато особливостей, пояснюється це дією великої кількості чинників, вирізняти з яких насамперед варто ресурсний складник. Аграрна галузь у нашій державі представлена продукцією рослинництва, оскільки тваринництво знаходиться у фазі згасання. Характеристики якості продукції рослинництва насамперед залежать від якості земельних ресурсів, вибору технологій вирощування, обсягу внесених добрив, вибору сівозмін, сорту посівного матеріалу [4].

Прямий вплив на спеціалізацію аграрних підприємств здійснює територія, іноді альтернатив на вирощування с.-г. культур не існує або ж альтернатива є нерентабельною, збитковою. Подібна ситуація вимагає уваги до збереження ресурсного потенціалу землі, у разі ж безвідповідального використання земель для одержання високих показників родючості без потрібного відтворення характеристик, що останнім часом не рідкість, буде стрімко скорочуватися, що призведе до занепаду підприємства у цілому [3, с. 74].

Для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності продукції та поступового його підвищення треба керуватися не лише економічними характеристиками, а й орієнтуватися на екологічні, соціальні параметри, що дасть змогу розглядати розвиток аграрного сектору як єдину систему [4, с. 105].

На ринку аграрної продукції реалізація продукту великою мірою залежить від поведінкових особливостей продавців і покупців, але продукція краще проникає на ринки збуту, якщо має більше конкурентних переваг, аніж конкурент. У мінливих умовах ринку товаровиробники мають швидко пристосовуватися до умов на ринку, при цьому дотримуючись власної стратегії торгівлі та реклами, і враховувати особливості й інтереси споживача [8, с. 128].

Глобалізація ринку аграрної продукції, інтеграція економік, розгалуженість торгово-економічних сіток є причинами флуктуації ціни на продукцію

через різницю у врожаях однієї культури в різних країнах, зумовлену кращими природно-кліматичними умовами певних територій. Усі ці причини примушують залежати українських виробників від рівня світових цін на певну культуру, навіть незважаючи на, можливо, більший якісний показник, що неодмінно залишить слід на рівні конкурентоспроможності продукції [9, с. 173].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для розроблення стратегії забезпечення конкурентоспроможності продукції сільського господарства на зовнішньому та внутрішньому ринках потрібно враховувати особливості стану середовища, які спричиняються нестабільністю політичної ситуації в країні, що знизила здатність конкурувати всередині країни. За нинішніх тяжких реалій в українській економіці виробникам складно досягати потрібного рівня конкурентоспроможності. Найбільш конкурентоспроможною є лише аграрна сировина, але з урахуванням кризи в економіці рівень конкурентоспроможності її зменшується. Для виходу на зовнішній ринок товари та технології мають пройти «випробовування» внутрішнім середовищем, але ринок не може цього забезпечити, тому товари агровиробництва дуже складно виходять на зовнішні ринки. Держава має задавати вектори розвитку економічної політики та давати всебічну підтримку розвитку внутрішніх джерел бізнесу для отримання найбільшого ефекту в розвитку галузі.

Відсутність коштів на створення та розвиток інноваційних товарів значною мірою гальмує інноваційні процеси в аграрному секторі економіки. Для успішної реалізації товару важливо проводити успішну маркетингову політику. На даному етапі розвитку аграрного сектору України держава має стати рушієм інноваційного процесу в агросфері, щоб скоротити відставання вітчизняного агросектору від розвинених країн світу. Агровиробництво України може і мусить виробляти конкурентоспроможну продукцію і на експорт, і на внутрішні ринки, і державна політика повинна стимулювати ці процеси.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурлака О.П., Бурлака О.А. Чинники формування конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2012. № 2. С. 23–26.
2. Геращенко І.О., Шмадченко О.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. Вип. 50. С. 297–301.
3. Гришук Н.В. Структурні компоненти підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 24. Ч. 2. С. 73–75.
4. Данько Ю.І. Сучасні напрямки забезпечення конкурентоспроможності аграрної продукції України.

Український журнал прикладної економіки. 2019. № 3. С. 98–105.

5. Желуденко К.В. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 66–71.

6. Заріцька Н.М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647> (дата звернення: 15.12.2020).

7. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2008. 520 с

8. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві. *Економіка АПК*. 2008. № 3. С. 126–132.

9. Слободяннюк Н.О. Інвестиційні стратегії забезпечення конкурентоспроможності аграрної сфери національної економіки. *Бізнес Інформ*. 2017. № 1. С. 172–176.

10. База даних «AgroPolit». URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/736-stan-galuzi-roslinnitstva-ta-tvarinnitstva-2015-2020-roki> (дата звернення: 15.12.2020).

REFERENCES:

1. Burlaka O.P., Burlaka O.A. (2012) Chynnyky formuvannja konkurento spromozhnosti produktsiji aghrarnykh pidpryjemstv [Factors forming the competitiveness of products of agricultural enterprises]. *Technological audit and production reserves*, no. 2, pp. 23–26.

2. Gherashhenko I.O., Shmadchenko O.O. (2015) Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstva [Enterprise competitiveness management]. *Bulletin of transport economics and industry*, no. 50, pp. 297–301.

3. Ghryshhuk N.V. (2017) Strukturni komponenty pidvyshhennja konkurentospromozhnosti aghrarnykh pidpryjemstv [Structural components of increasing the

competitiveness of agricultural enterprises]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 24, part 2, pp. 73–75.

4. Danjko YU.I. (2019) Suchasni naprjamky zabezpechennja konkurentospromozhnosti aghrarnoji produktsiji Ukrainy [Modern directions of ensuring the competitiveness of agricultural products of Ukraine]. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, no. 3, pp. 98–105.

5. Zheludenko K.V. (2017) Sutnistj ta faktory konkurentospromozhnosti produktsiji pidpryjemstv Ukrainy [The essence and factors of competitiveness of products of Ukrainian enterprises]. *Intelekt XXI*, no. 1, pp. 66–71.

6. Zaricjka N.M. (2015) Ocinka konkurentospromozhnosti produktsiji pidpryjemstva [Assessment of the competitiveness of enterprise products]. *Efficient economy*, no. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647> (accessed 15 December 2020).

7. Klymenko S.M., Omeljanenko T.V., Barabas D.O. (2008) *Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstva* [Management of enterprise competitiveness]. Tutorial KNEU. (in Ukrainian)

8. Kuleshova H.M. (2008) Konkurencija i konkurentospromozhnistj v aghropromyslovomu vyrobnyctvi [Competition and competitiveness in agro-industrial production]. *Economics of agro-industrial complex*, no. 3, pp. 126–132.

9. Slobodjanjuk N.O. (2017) Investycijni strateghiji zabezpechennja konkurentospromozhnosti aghrarnoyi sfery nacionaljnoji ekonomiky [Investment strategies to ensure the competitiveness of the agricultural sector of the national economy]. *Business Inform*, no. 1, pp. 172–176.

10. *Database «AgroPolit»*. Available at: <https://agropolit.com/spetsproekty/736-stan-galuzi-roslinnitstva-ta-tvarinnitstva-2015-2020-roki> (accessed 15 December 2020).