

Пахуча Е.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри прикладної економіки
і міжнародних економічних відносин
Харківського національного аграрного
університету імені В.В. Докучаєва

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті проаналізовано підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність продукції» та висвітлено власне бачення даного поняття. Визначено динаміку рентабельності виробництва та реалізації зерна і рівень його конкурентоспроможності на стадії реалізації у сільськогосподарських підприємствах. Обґрунтовано необхідність підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, яке досягається за умови використання наявних конкурентних переваг.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, конкурентні переваги, потенційна та фактична конкурентоспроможність, рентабельність реалізації, зернові культури.

В статье проанализированы подходы к определению категории «конкурентоспособность продукции» и дано собственное видение данного понятия. Определены динамика рентабельности производства и реализации зерна и уровень его конкурентоспособности на стадии реализации в сельскохозяйственных предприятиях. Обоснована необходимость повышения уровня конкурентоспособности, которое достигается при использовании имеющихся конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, конкурентные преимущества, потенциальная и фактическая конкурентоспособность, рентабельность реализации, зерновые культуры.

The article analyzes the approaches to the definition of the category of “product competitiveness” and highlights the actual vision for this concept. The dynamics of the profitability of the production and sale of grain and the level of its competitiveness at the stage of implementation in agricultural enterprises are determined. The necessity to increase the level of competitiveness of products is justified, which is achieved, provided the existing competitive advantages are used.

Keywords: competitiveness of products, competitive advantages, potential and actual competitiveness, profitability of realization, grain crops.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблема підвищення конкурентоспроможності виробництва зерна набуває особливої актуальності і стратегічного значення, що зумовлено, перш за все, загостренням міжнародної та внутрішньої конкуренції. У цих умовах необхідне розроблення сучасної концепції зростання конкурентоспроможності виробництва зерна, зокрема теоретичних, методичних і практичних підходів до формування стратегії ресурсозбереження, збалансованих внутрішніх і зовнішніх продовольчих зв'язків, інформаційно-аналітичних систем, корпоративних організаційно-виробничих структур. Одним із найважливіших чинників, що безпосередньо

впливає на конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, є ефективність виробництва конкурентоспроможної продукції. Особливої уваги потребує визначення конкурентоспроможності продукції зернового підкомплексу, яка в умовах ринкової трансформації набула надзвичайної актуальності внаслідок потреби збуту продукції вітчизняними виробниками. У зв'язку із цим виникає необхідність оцінити конкурентоспроможність продукції зернового підкомплексу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблема розроблення питання конкурентоспроможності продукції, зокрема зернового підкомплексу, є

об'єктом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, а саме: А.Г. Бурди, Ю.П. Воскобойніка, О.В. Копистко, О.М. Литвинової, О.В. Нікішина, О.В. Овсяннікова, В.В. Олійник, О.Г. Шпикуляка та ін.

Разом із тим питання конкурентоспроможності виробництва продукції рослинництва й надалі залишаються недостатньо вивченими в межах окремих регіонів і сільських територій, спеціалізація яких охоплює виробництво сільськогосподарської продукції. Необхідно узагальнити показники, які свідчать про конкурентоспроможність продукції на ринку зерна, дослідити розвиток зернової галузі та тенденції зміни конкурентоспроможності зернових культур на внутрішньому ринку.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – дослідити особливості формування виробництва конкурентоспроможної продукції рослинництва, зокрема зернових, та провести аналіз сучасного стану виробництва конкурентоспроможної продукції у сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Дослідники питання конкурентоспроможності продукції визначають її як «ступінь її відповідності вимогам споживачів або вибраного ринку за найважливішими характеристиками (економічними – ціна, витрати на виробництво; екологічними; споживними)» [1, с. 6]. А отже, вона повинна характеризуватися набором певних параметрів і залежно від їх зміни змінюється й інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. А.Г. Бурда вважає, що конкурентоспроможність продукції – «це комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, як і його успіх на ринку, тобто перевага саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів» [2, с. 128]. О.В. Копистко зазначає, що конкурентоспроможність сільськогосподарського виробництва характеризує його здатність конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і вимірюється ступенем присутності вітчизняної продукції на них [3, с. 61].

Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають свої, як бачимо, схожі риси, але все-таки мають певні відмінності. Конкурентоспроможність продукції досліджується за часовим інтервалом життєвому циклу товару. Конкурентоспроможність продукції розглядається стосовно кожного її виду, а підпри-

ємство охоплює всю мінливу номенклатуру продукції, що випускається даним господарством. Оцінка конкурентоспроможності підприємства здійснюється ним самостійно, а конкурентоспроможність продукції – самим споживачем. Серед учених немає єдиного визначення конкурентоспроможності продукції. Незважаючи на відмінності, які існують у формулюваннях, загальним є те, що конкурентоспроможність продукції виявляється на ринку в момент реалізації продукції. Рівень конкурентоспроможності продукції визначається у кінцевому підсумку споживачем, який, купуючи продукцію, визнає її відповідність своїм потребам.

Конкурентоспроможність виробництва зерна розглядається у комплексі заходів, спрямованих на забезпечення необхідного рівня економічної ефективності підприємства – виробника зерна та сільського господарства у цілому, а сама конкурентоспроможність – як комплексна взаємопов'язана система показників: конкурентоспроможність товару – конкурентоспроможність підприємства – конкурентоспроможність галузі – конкурентоспроможність країни [4, с. 6].

Рівень рентабельності виробленої продукції є одним з індикаторів конкурентоспроможності галузі у цілому. Зернові та зернобобові зазнали зростання рентабельності – з 26,1% у 2011 р. до 37,8% у 2016 р., але рівень рентабельності за досліджуваній період досить сильно коливався, що пов'язано з несприятливою ринковою кон'юнктурою на ринку зерна (табл. 1). Загалом вектор зміни рентабельності зерна збігається з напрямом зміни ціни як головного чинника доходності виробників. Для внутрішнього ринку зерна характерний нееластичний рівень попиту та пропозиції культур. При цьому коефіцієнт цінової еластичності пропозиції зерна в деякі періоди перевищував 1, сформувавши відповідні цикли (2011–2013 рр.) і був меншим 1 в подальші три роки. Коливання циклу починається зі збільшення валового збору зернових (на 44,51% у 2011 р., 36,4% у 2013 р., 1,3% у 2014 р., 9,9% у 2016 р.), обґрунтованого сприятливою ціновою кон'юнктурою попередніх періодів. Наступним етапом циклу є скорочення пропозиції зерна (на 18,5% у 2012 р., 5,8% у 2015 р.) за несприятливої кон'юнктури попереднього року (темпа падіння цін – 16% у 2013 р.).

Дана закономірність демонструє посилення трансформаційного впливу цінових чинників на розвиток ринку сільськогосподарської продукції

**Динаміка рентабельності виробництва та реалізації зерна
сільськогосподарськими підприємствами України, 2011–2016 рр.**

Показник	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Валовий збір зерна, млн. т	56,7	46,2	63,1	63,9	60,1	66,1
Зміна валового збору зернових, %	44,51	-18,5	36,4	1,3	-5,8	9,9
Середня ціна реалізації зерна, грн/т	1363,6	1547,1	1299,8	1801,4	2912,1	3414,0
Зміна середньої ціни реалізації зерна, %	26,26	13,5	-16,0	38,6	61,7	17,2
Модуль коефіцієнта еластичної пропозиції	1,69	1,38	2,28	0,03	0,09	0,58
Рентабельність зерна, %	26,1	15,2	1,5	25,8	43,1	37,8
Зміна рентабельності зерна, %	12,2	-10,9	-13,7	24,3	17,3	-5,3

рослинницького напрямку, характерними ознаками якого є нестабільність рівня пропозиції зернових, інформаційна непрозорість ринку, асиметричність інформації щодо цін, породжена більшими можливостями суб'єктів сфери обігу порівняно із суб'єктами сфери виробництва відносно доступу до ринкової інформації. За таких умов товаровиробники несуть додаткові витрати від невірно визначених обсягів посівних площ, реалізації продукції за цінами, нижчими за ринкові, що знижує їхню дохідність і поглиблює міжсекторні протиріччя [5, с. 10].

Досліджуючи конкурентоспроможність продукції, провели аналіз потенційної та фактичної конкурентоспроможності на стадії реалізації зернових у сільськогосподарських підприємствах Краснокутського району Харківської області і визначили рівень конкурентоспроможності досліджуваного підприємства «СТОВ «Степ» серед підприємств, схожих за рівнем спеціалізації.

Для визначення конкурентоспроможності на стадії реалізації необхідно звернути увагу на такі показники, як індекс конкурентоспроможності, який визначається по факту, і потенційний.

Потенційний рівень конкурентоспроможності на стадії реалізації визначається за індексом конкурентоспроможності як відношення ціни виробництва до ціни реалізації у середньому по Україні, області, району. Фактичний рівень конкурентоспроможності на стадії реалізації визначається за індексом конкурентоспроможності як відношення ціни виробництва до фактичної ціни реалізації по господарству [6, с. 12].

Проаналізувавши потенційну та фактичну конкурентоспроможність на стадії реалізації зернових у сільськогосподарських підприємствах Краснокутського району (табл. 2),

прийшли до висновку, що найвищий рейтинг серед досліджуваних підприємств за фактичною конкурентоспроможністю на стадії реалізації зернових належить ПСП «Лан», а потенційна конкурентоспроможність належить іншому підприємству, яке має найменші витрати, – ПП «Світлана». Досліджуване підприємство «СТОВ «Степ» займає дванадцяте місце в рейтингу досліджуваних підприємств району за фактичним рівнем конкурентоспроможності на стадії реалізації зерна, але за даними розрахунку потенційний рівень конкурентоспроможності вищий і знаходиться на десятому місці в рейтингу, що вказує на потенціал даного підприємства у зростанні рівня конкурентоспроможності. На зростання рівня конкурентоспроможності продукції впливають різні фактори, серед найбільш визначних є якість продукції. Лише продукція високої якості має попит на ринку, тому підприємства, які докладають значних зусиль щодо забезпечення й управління якістю продукції та її конкурентоспроможністю, можуть успішно конкурувати та мати прибуток. Формування конкурентних переваг у ціновому сегменті передбачає, по-перше, зниження витрат за рахунок упровадження інноваційних, технічних, технологічних, організаційних, комерційних та управлінських рішень. По-друге, підвищення ціни як переваги, тобто можливість реалізовувати аграрну продукцію товаровиробниками на більш високому рівні маркетингової інфраструктури ринку без зміни коливальних обсягів, та збереження якісних параметрів продукції, що, своєю чергою, призведе до зміни позиції товаровиробника в структурі ринкового розподілу сільськогосподарської продукції.

Внаслідок того, що в країні не сформовано ефективного механізму біржових операцій рівноважна ціна встановлюється у певних межах

**Потенційна та фактична конкурентоспроможність
на стадії реалізації зернових у сільськогосподарських підприємствах
Краснокутського району Харківської області, 2016 р.**

Сільськогосподарські підприємства	Конкурентоспроможність на стадії реалізації							
	потенційна				фактична			
	Повна собівартість, грн/ц	Індекс конкурентоспроможності	у % до середнього по сукупності	Ранг	Ціна реалізації, грн/ц	Індекс конкурентоспроможності	у % до середнього по сукупності	Ранг
СТОВ «Степ»	216,5	0,61	86,4	10	304,8	0,71	99,3	12
ПСП «Світанок»	251,9	0,71	100,5	16	305,4	0,82	115,3	8
ПСП «Буран»	170,1	0,48	67,8	4	332,8	0,51	71,4	21
ПП «АГРО-АКВА»	205,6	0,58	82,0	7	319,9	0,64	89,9	15
ПСП «Фацелія»	251,2	0,71	100,2	15	367,6	0,68	95,5	13
Краснокутська дослідна станція садівництва Інституту садівництва Національної академії аграрних наук України	238,5	0,67	95,2	13	251,7	0,95	132,5	3
ПП «Світлана»	150,4	0,43	60,0	1	314,8	0,48	66,8	23
ПСП «Барвінок»	264,6	0,75	105,6	20	305,1	0,87	121,3	7
ПП «КАРАТ-АПК»	152,1	0,43	60,7	2	276,1	0,55	77,0	18
ПСП «Лан»	377,2	1,07	150,5	22	357,5	1,06	147,5	1
СТОВ «Нива»	203,2	0,57	81,1	6	397,2	0,51	71,5	20
ТОВ «Ковалівське»	218,3	0,62	87,1	11	360,5	0,61	84,7	17
СТОВ «Діна»	578,1	1,63	230,7	24	743,4	0,78	108,7	10
СФГ «Ковальчуківське»	167,3	0,47	66,7	3	329,3	0,51	71,0	22
ПА «Ватал»	240,0	0,68	95,7	14	326,6	0,73	102,7	11
ПСП «Оазис»	255,9	0,72	102,1	17	312,4	0,82	114,6	9
СТОВ «Качалівське»	213,9	0,60	85,3	8	347,0	0,62	86,2	16
ПСП «Явір»	267,9	0,76	106,9	21	304,7	0,88	122,9	6
ПП «Явір-АПК»	222,8	0,63	88,9	12	570,9	0,39	54,6	24
ПСП «Діна»	257,9	0,73	102,9	18	283,9	0,91	127,0	5
ТОВ «ЗАРІУС-2007»	216,0	0,61	86,2	9	325,0	0,66	92,9	14
СТОВ «Славутич»	170,3	0,48	67,9	5	329,4	0,52	72,3	19
ТОВ «Агрофірма Колонтаїв»	467,7	1,32	186,6	23	443,8	1,05	147,3	2
ПСП «Дніпро»	257,9	0,73	102,9	19	283,9	0,91	127,0	4

того чи іншого ринкового сегменту або ринкового сектору. Таким чином, організаційно-економічний механізм формування та реалізації конкурентних переваг сільськогосподарської продукції передбачає шляхом горизонтальної інтеграції або шляхом вертикального інтеграційного процесу здійснювати реалізацію продукції на найбільш високому рівні маркетингової ринкової інфраструктури за вищими цінами, що на даному етапі економічного розвитку було

би більш дієвим, ніж застосування інноваційних технологічних, технічних рішень.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку конкурентоспроможності зернових культур дає змогу стверджувати про наявність низки проблем, які перешкоджають підвищенню рівня конкурентоспроможності даної продукції. Однак виробництво і реалізація

зернових залишаються пріоритетними для вітчизняних товаровиробників, незважаючи на постійне коливання рівня рентабельності, яка є одним з індикаторів конкурентоспроможності галузі у цілому, та високий рівень конкуренції на ринку зерна. Розрахована потенційна та фактична конкурентоспроможність на стадії реалізації зернових у сільськогосподарських підприємствах Краснокутського району свідчить, що в підприємствах регіону виявлено тенденцію до підвищення показника конкурентоспроможності продукції, що впливає на рівень виробництва і реалізації ними товарної продукції. Рівень конкурентоспроможності більшості із цих господарств, що спеціалізуються на виробництві зерна, залишається на низькому рівні в результаті високої собівартості продукції та ціни її реалізації. Подальшим напрямом дослідження буде аналіз факторів та чинників, що зумовлюють вплив на рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств регіону, що дасть можливість визначити резерви для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Бібліографічний список:

1. Шпикуляк О.Г., Воскобойнік Ю.П., Овсянніков О.В. Формування конкурентоспроможності в аграрній економіці. Агроінком. 2007. № 9–10. С. 4–8.
2. Бурда А.Г. Финансы. Лекции для экономистов: учеб. пособ. Краснодар, 2010. 205 с.
3. Копистко О.В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Економіка АПК. 2010. № 1. С. 61–63.
4. Литвинова О.М. Формування конкурентоспроможного виробництва зерна в сільськогосподарських підприємствах: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2008. 20 с.
5. Нікішина О.В. Сучасні трансформації відтворювальних процесів на внутрішньому ринку зерна. Економіка харчової промисловості. 2012. № 2(14). С. 10–15.
6. Олійник В.В. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку зерна: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2011. 22 с.

References:

1. Shpykuliak, O.H., Voskoboynik, Yu.P. and Ovsianikov, O.V. (2007), "Formation of competitiveness in the agrarian economy", *Agroinkom*, no. 9-10, pp. 4-8.
2. Burda A.G. (2010), *Finansy. Lekcii dlja jekonomistov [Finance. Lectures for economists]*, Krasnodar, Russia.
3. Kopystko O.V. (2010), "Theoretical foundations of the competitiveness of agricultural products", *Economy of agroindustrial complex*, no. 1, pp. 61-63.
4. Lytvynova O. M. (2008), "Formation of competitive grain production in agricultural enterprises", Ph.D. Thesis, Economics and management of enterprises (by types of economic activity), Kharkiv national agrarian university named after V. V. Dokuchaev, Kharkiv, Ukraine.
5. Nikishyna O.V. (2012), "Modern Transformation of reproduction processes in the domestic grain market", *The economy of the food industry*, no. 2 (14), pp. 10-15.
6. Olijnyk V.V. (2011), "Increasing the competitiveness of agricultural enterprises in the grain market", Ph.D. Thesis, Economics and management of enterprises (by types of economic activity), Kharkiv national agrarian university named after V. V. Dokuchaev, Kharkiv, Ukraine.

Pakhucha E.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Applied
Economics and International Economic Relations
Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev

THE COMPETITIVENESS OF GRAIN CROPS: REGIONAL ASPECT

The article determines the dynamics of profitability of production and sale of grain and the level of its competitiveness at the stage of implementation at agricultural enterprises. The necessity to increase the level of competitiveness of products is justified, which is achieved, provided the existing competitive advantages are used.

Analysis and comparison of the content of the category of competitiveness of products in the works of domestic and foreign scientists showed that approaches to this concept have certain differences and contradictions. The competitiveness of products is considered in relation to each of its types, and enterprises cover the entire variable range of products produced by the economy. The assessment of the enterprise competitiveness is carried out by them independently, and the competitiveness of the product by the consumer. Consequently, we came to the conclusion that the level of competitiveness of products is determined by the consumer who, when buying products, recognizes its conformity to their needs, and therefore affects the growth of its competitiveness.

Determine the dynamics of profitability of grain production and sale by agricultural enterprises as one of the indicators of the industry's competitiveness. It was established that the change in grain profitability vector coincides with the direction of price change as the main factor in the profitability of producers.

Investigating the competitiveness of products, they analysed the potential and actual competitiveness at the stage of grain sales in agricultural enterprises of the Krasnokutsk district of the Kharkiv region. Identified the leaders in the potential and actual competitiveness at the stage of grain sales, which makes it possible to predict possible changes in the level of competitiveness of enterprises and determine the causes of the impact.

The organizational and economic mechanism for the formation and implementation of competitive advantages of agricultural products involves, through horizontal integration, the implementation of products at the highest level of marketing market infrastructure at higher prices, which at this stage of economic development would be more effective than the application of innovative technological and technical solutions.