

УДК: 338.246.83.009.12: 631.115.8

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Петлюченко В.В. – здобувач, Херсонський
національний технічний університет*

Постановка проблеми. В умовах трансформації ринкової економіки та після вступу України до Світової організації торгівлі гостроти проблеми для агропромислового виробництва набула конкуренція між вітчизняною та імпортованою продукцією сільського господарства як на внутрішньому, так і на зовнішніх продовольчих ринках. У сільськогосподарських кооперативах, які є важливою ланкою агропромислового виробництва, конкурентоспроможність продукції набуває особливої актуальності. Якісна продукція забезпечить фінансову стійкість кооперативів, надасть змогу повніше задовольнити потреби споживача та сприятиме виходу підприємства на зовнішній ринок, що, у свою чергу, підніме рівень конкурентоспроможності галузі та національної економіки в цілому.

Стан вивчення проблеми. Питанню підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції присвячені дослідження вітчизняних учених-економістів – В. Андрійчука, С. Бородіна, В. Гончарова, М. Маліка, М. Месель-Веселяка, П. Саблука, О. Школьного та інших. Проте, залишаються недостатньо висвітленими теоретичні аспекти конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів та її складові.

Завдання і методика досліджень. В умовах глобалізації економічних відносин і трансформаційних перетворень в агропромисловому комплексі постає потреба обґрунтування теоретичних і методологічних аспектів виготовлення конкурентоспроможної продукції сільськогосподарських кооперативів, яка визначить питання прибутковості виробництва, фінансову стійкість і конкурентоспроможність підприємства, максимальне задоволення продовольчих потреб суспільства.

Загальною методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, також використані загальнонаукові методи теоретичного й емпіричного пізнання: аналіз і синтез, принципи логічного і системного аналізу.

Результати досліджень. Конкурентоспроможність є основою економічного зростання і добробуту економічних суб'єктів, яка формується з набору різних показників під впливом великої кількості зовнішніх і внутрішніх чинників. Головним її показником є конкурентоспроможність продукції – сукупність споживчих властивостей продукції, необхідних і достатніх для того, щоб вона у певний момент часу могла бути реалізованою за співставними цінами на конкретному ринку [1]. На думку Мінько Е.В., конкурентоспроможність продукції – здатність продукції відповідати вимогам конкретного ринку, що склалися, у певний період часу. Тобто конкурентоспроможність продукції визначається сукупністю споживчих властивостей продукції, необхідних і достатніх для того, щоб вона у певний момент часу могла бути реалізованою за співставними цінами на конкурентному ринку [2]. Балабанова Л.В. вважає,

що конкурентоспроможність будь-якого товару формується більш високим порівняно до товарів-конкурентів співвідношенням сукупності якісних і вартісних характеристик при їхній відповідності вимогам ринку, що забезпечує максимальне задоволення потреб і створює перевагу товару на конкурентному ринку [3].

Більш розширено поняття «конкурентоспроможність продукції» надає Андрійчук В.Г., на думку якого це багатоаспектне поняття, яке означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, термін постачання, канали збуту, сервіс та ін.) [4]. Григоренко А.І. та Россоха В.В. надають більш конкретизоване визначення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції – це сукупність її споживчих властивостей, яка характеризує її відмінність від аналогічної продукції іншого товаровиробника за ступенем відповідності у задоволенні потреб споживачів до розміру, забарвлення, смакових та інших параметрів якості та вартості (ціни, собівартості) [5,6].

Вивчивши дослідження вчених-економістів, дійшли висновку, що конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських кооперативів – це сукупність економічних і якісних чинників, які створюють продукт з відповідністю до санітарно-гігієнічних та екологічних вимог для повного задоволення потреб потенційних споживачів та ефективної довготермінової діяльності кооперативу на продуктових ринках. Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських кооперативів складається з взаємопов'язаних чинників (рис. 1).

Якісний показник продукції, як одна з головних складових її конкурентоспроможності, забезпечує товаровиробнику переваги у конкурентній боротьбі та є головним критерієм для покупця. Для поліпшення якості продукції сільськогосподарських кооперативів та її конкурентоспроможності необхідно впроваджувати такі заходи: удосконалення наступних систем: технічних, організаційних, економічних і соціальних; здійснювати контроль за якістю продукції на всіх етапах її виробництва; впроваджувати у виробництво нові високоврожайні сорти сільськогосподарських культур і високопродуктивні породи. Слід зазначити, що в підвищенні якості конкурентоспроможної продукції кооперативів великого значення набуває система маркетингу. Процес задоволення потреб споживачів відображається в етапах життєвого циклу продукції – зародження потреби, досягнення максимального задоволення попиту, зникнення товару з ринку. На окремих етапах життєвого циклу товару розробляються відповідні стратегії маркетингу.

Отже, підвищення якості сільськогосподарської продукції кооперативів забезпечить: краще використання матеріальних активів; покращення використання інвестиційних ресурсів, повне задоволення споживачів і формування іміджу кооперативу як економічно надійного партнера.

Другим важливим показником конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів є собівартість продукції, що вимагає зниження витрат на її виробництво. Для того, щоб знизити собівартість виробленої продукції, сільськогосподарським кооперативам необхідно поліпшувати свою матеріально-технічну базу, впроваджувати у виробництво ресурсозберігаючі технології. В умовах ринкової економіки зможе конкурувати лише високоякіс-

на продукція, яка має низьку собівартість, від якої залежить підвищення рентабельності та ефективності виробництва сільськогосподарських кооперативів, запровадження інновацій.

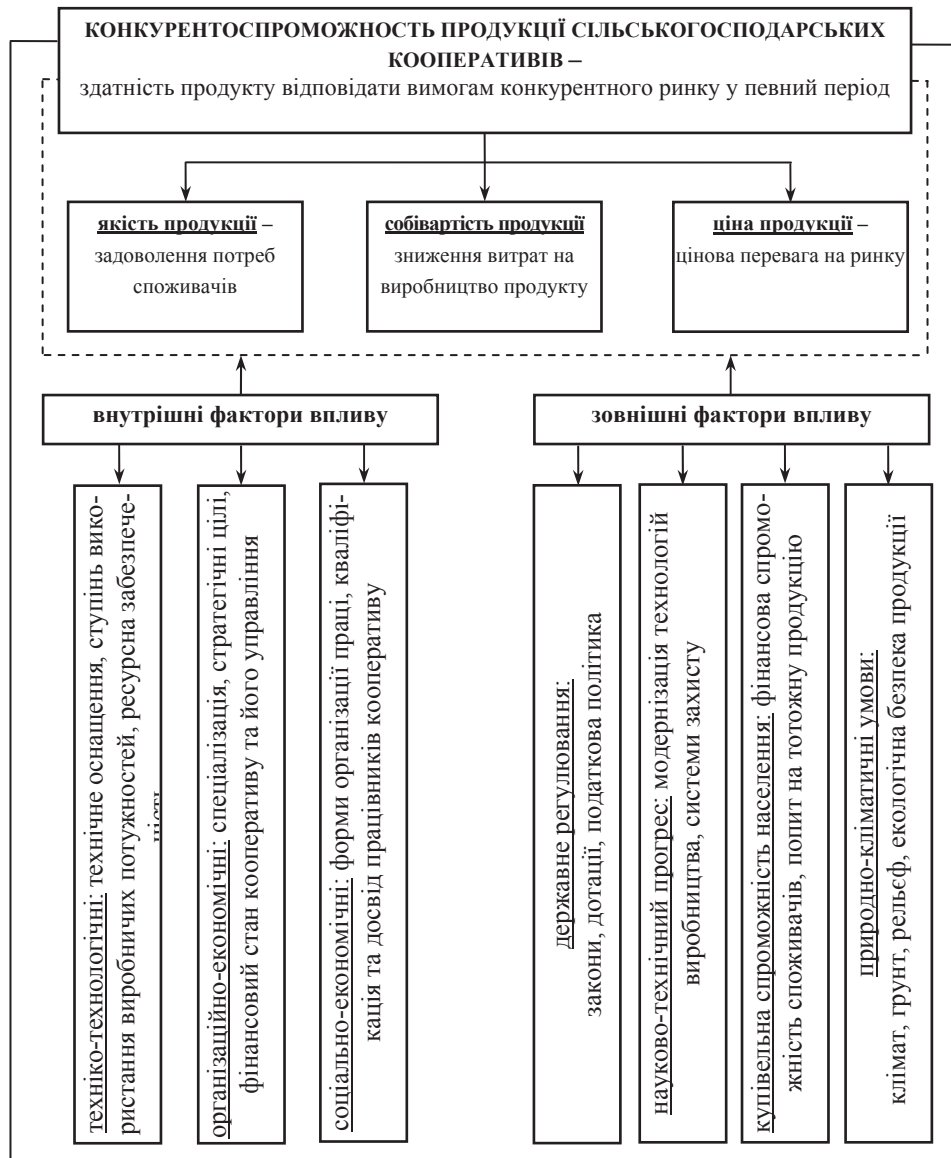


Рисунок 1. Показники конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів.

Джерело: власні дослідження.

Наступний показник підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів – цінова перевага. Ціна на продукцію повинна оптимально співвідноситися із собівартістю та середніми конкурент-

ними ринковими цінами, а також повинна задовольняти платоспроможний попит населення. Для формування конкурентних переваг сільськогосподарських кооперативів слід також урахувати вплив зовнішнього конкурентного середовища, вивчати ринок і потреби споживачів.

Висновки та пропозиції. Конкурентоспроможність продукції є основним показником конкурентоспроможності сільськогосподарських кооперативів як суб'єкта ринку: забезпечує фінансову стійкість кооперативу, створення довготривалих конкурентних переваг, прибутковість виробництва, поширення нових груп покупців і сприяє виходу підприємства на зовнішній ринок. У процесі дослідження було здійснено теоретичний аналіз сутності конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів та її чинників. На нашу думку, найголовнішими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції кооперативів є якість, собівартість і ціна реалізації продукту.

Вважаємо, що в сучасних умовах ринкової трансформації економіки України підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських кооперативів може бути вирішено такими шляхами: створення умов для стабілізації виробництва продукції; встановлення контролю за регулюванням економічного механізму господарювання; впровадження державної підтримки виробництва: (знизити податки для виробників, а також відновити інтеграційні процеси виробництва); встановлення цін на продукцію, які б відшкодовували понесені на її виробництво витрати. У подальших дослідженнях буде вивчено механізм управління конкурентоспроможністю продукції сільськогосподарських кооперативів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бобов Г.Б., Кузьменко І.В., Михайлишина Л.В. Формування конкурентоспроможності сільського господарства України / Г.Б. Бобов, І.В. Кузьменко, Л.В. Михайлишина/ Економічний форум. – № 2. – 2011. – С. 14 – 26.
2. Минько Э.В., Кричевский М.Л. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.Л. Кричевский/ СПб: Питер. – 2004. – 268 с.
3. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.В. Балабанова, В.В. Холод/ К.: «ВД Професіонал». – 2006. – 448 с.
4. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ. – 2002. – 624 с.
5. Григоренко А.І. Конкурентоспроможність продукції садівництва / А.І. Григоренко/ АгроІнком. – 2005. – № 11 – 12. – С. 26 – 29.
6. Россоха В.В., Канінський М.П. Діагностика конкурентоспроможності продукції / В.В. Россоха, М.П. Канінський/ Вісник НАУ. – К.: НАУ. – 2003. вип. 62. – С. 84 – 89.
7. Месель-Веселяк В.Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва / В.Я. Месель-Веселяк / Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 7 – 14.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М. – 2000. – 312 с.
9. Ждамірова А.О. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс] / А.О. Ждамірова/ –

Доступ до ресурсу: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/12_57843.doc.htm.

10. Копистко О.В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О.В. Копистко / Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 61 – 63.

УДК 330.341.1:338.431.6:(477)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Подаков Є.С. – к.е.н., доцент Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Сучасні реалії розвитку національної економіки вимагають підвищення ефективності виробничої структури, розвитку внутрішнього ринку та експортоорієнтованої діяльності, що має відбуватися у напрямі інформаційно-інноваційної конкурентоспроможності виробників аграрної сфери. Інновації забезпечують розширення пропозиції виробленої продукції на аграрному ринку, зростання якості продуктів і послуг підприємств, досягнення високої продуктивності, реалізації стратегічних планів підприємств і сприяють підвищенню кваліфікаційного рівня кадрів.

Держава виступає суб'єктом інноваційної діяльності через свої інститути, господарські товариства (компанії) та корпорації, фінансово-кредитні установи, інших функціональних учасників. Держава бере участь в інноваційному процесі як безпосередньо через державний сектор економіки, так і опосередковано, через свої інституції, органи виконавчої влади та місцевого самоврядування. У цілому, державне інвестування охоплює ті галузі і виробництва, продукція яких має загальнонаціональний характер та які найближчим часом не підлягають приватизації.

Однією з основних причин гальмування процесу формування й реалізації інноваційної моделі економічного розвитку в Україні є нерозвиненість системного функціонування наукової та інноваційної сфери на регіональному рівні. У сучасних умовах, за зростання мобільності людей, фінансів, виробничих потужностей, особливо у межах ЄС, необхідні не лише передові технології та виробництва, але передусім регіони, готові прийняти їх та забезпечити їхню діяльність. Це зумовлює зростання наукового та практичного інтересу до проблем інноваційної діяльності та її державного регулювання. Вирішення цього завдання потребує глибокого осмислення сутності, характерних рис і сучасних особливостей розвитку національної інноваційної системи України.

Стан вивчення проблеми. Фундаментальні дослідження, спрямовані на розгляд економічного змісту передових технологій і інновацій, проводили відомі світові вчені: Й. Шумпетер, Е. Янг, П. Дракер, Б. Санто, Б. Твісс, В. Томсон. Також вітчизняні В.Г. Андрійчук, А.П. Гайдуцький, М.С. Герасимчук, В.І. Голиков, П. Т. Саблук, М.А. Садиков, Д.М. Черваньов, М.Г. Чумачен-