

УДК 338.43:633.85

## ОСНОВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В СТЕПОВІЙ ЗОНІ УКРАЇНИ

**В.Ф. НЕВЛАД**, кандидат економічних наук  
Уманський державний аграрний університет

*Розглянуто питання конкурентоспроможності виробленої продукції, разом з тим відпрацьована організаційно-економічна модель економічного механізму впливу на якість сільськогосподарської продукції, в тому числі і на насіння соняшнику.*

Перехід України до ринкових відносин передбачає створення необхідних умов для цивілізованої конкуренції. Але історичний досвід переконує, що найефективнішою є вільна конкуренція. Система вільної конкуренції – це такий порядок, коли правовий бізнес економічної діяльності зводиться до свободи особистості, рівноправності усіх форм власності й господарювання.

Щоб забезпечити успіх у конкурентній боротьбі, необхідно удосконалювати виробництво, впроваджувати новітні технології, зменшувати витрати й поліпшувати якість продукції [1].

**Методика дослідження.** Для досягнення поставленої мети нами використано статистико-економічний та системно-функціональний методи. Системно-функціональним методом відпрацьована модель впливу організаційно-економічних факторів на якість продукції.

**Результати досліджень.** На ринку насіння соняшнику першочерговим фактором у конкурентній боротьбі є досягнення високої його якості, що гарантуватиме виробникові високі прибутки. Якість насіння соняшнику краща за вищої врожайності і навпаки, нижча врожайність має більші засміченість, пошкодженість зерен та пустозерність, що призводить до значного недобору врожайності. У цілому в Україні на відходи припадає понад 10% валового збору насіння, що становить врожай однієї з таких областей, як Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Херсонська. Практично кожний десятий засіяний гектар соняшникової площі в Україні втрачається, а це понад 340 тис. гектарів [2].

Основною причиною таких втрат перш за все є недотримання технології виробництва насіння соняшнику, що зумовлено незабезпеченістю сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними та іншими ресурсами, через дефіцит фінансів та дотримання технології виробництва. В результаті чого виробник недоотримає кошти від виробництва та реалізації насіння соняшнику (табл. 1).

Загальна сума втрат у господарствах степової зони становить 30908,7 тис. грн, а по Україні в цілому – 40321,6 тис. грн. Звичайно, за будь-яких умов відходи обов'язково будуть, але завдання полягає в тому, щоб їх величину значно зменшити. Якщо припустити, що реально втрати можна зменшити

вдвічі, то і при цьому по зоні Степу вони становитимуть до 150–160 млн грн, а по Україні – біля 200 млн грн.

Таблиця 1

Недоотримання грошових надходжень від зниження якості насіння соняшнику в сільськогосподарських підприємствах степової зони України, 2006 р.

Область	Недобір валового збору тис. тонн	Ціна 1 ц насіння, грн	Загальна сума недоотриманих грошових надходжень, тис. грн
Дніпропетровська	56,1	118,0	6655,2
Донецька	48,2	113,0	5198,0
Запорізька	50,8	116,7	5811,7
Кіровоградська	35,1	108,7	3663,2
Луганська	22,9	114,8	2628,9
Миколаївська	22,8	114,7	2787,2
Одеська	25,1	106,7	2688,8
Херсонська	17,9	107,9	1747,9
Степ	278,9	112,6	30908,7
Україна	342,7	115,9	40321,6

Отже, зменшення втрат значною мірою залежить від підвищення якості насіння соняшнику.

Ми відпрацювали модель економічного механізму впливу на якість сільськогосподарської продукції, в тому числі й насіння соняшнику, що включає економічні важелі і стимули, організаційно-правові фактори, які діють в організаційно-правовому полі та економічні санкції (рис. 1).

На сучасному етапі все більшого поширення набувають нецінові методи конкуренції, суть яких становить переконання про кращі, ніж у конкурентів, якість і надійність продукції, на чому особливо наголошується в рекламі. Утверджується розуміння, що чесні угоди в бізнесі значно вигідніші для кожної зі сторін, ніж будь-які недобросовісні дії (підробка продукції конкурентів, обман споживачів і покупців, корупція, махінації з діловою звітністю тощо).

Такі методи мають місце і на насінневому ринку України. Внаслідок підробок і фальсифікації якості насіння соняшнику ціни на нього часто не відповідають встановленим сертифікатам. Саме цим, передусім, пояснюється факт експорту насіння за кордон за досить низькими цінами.

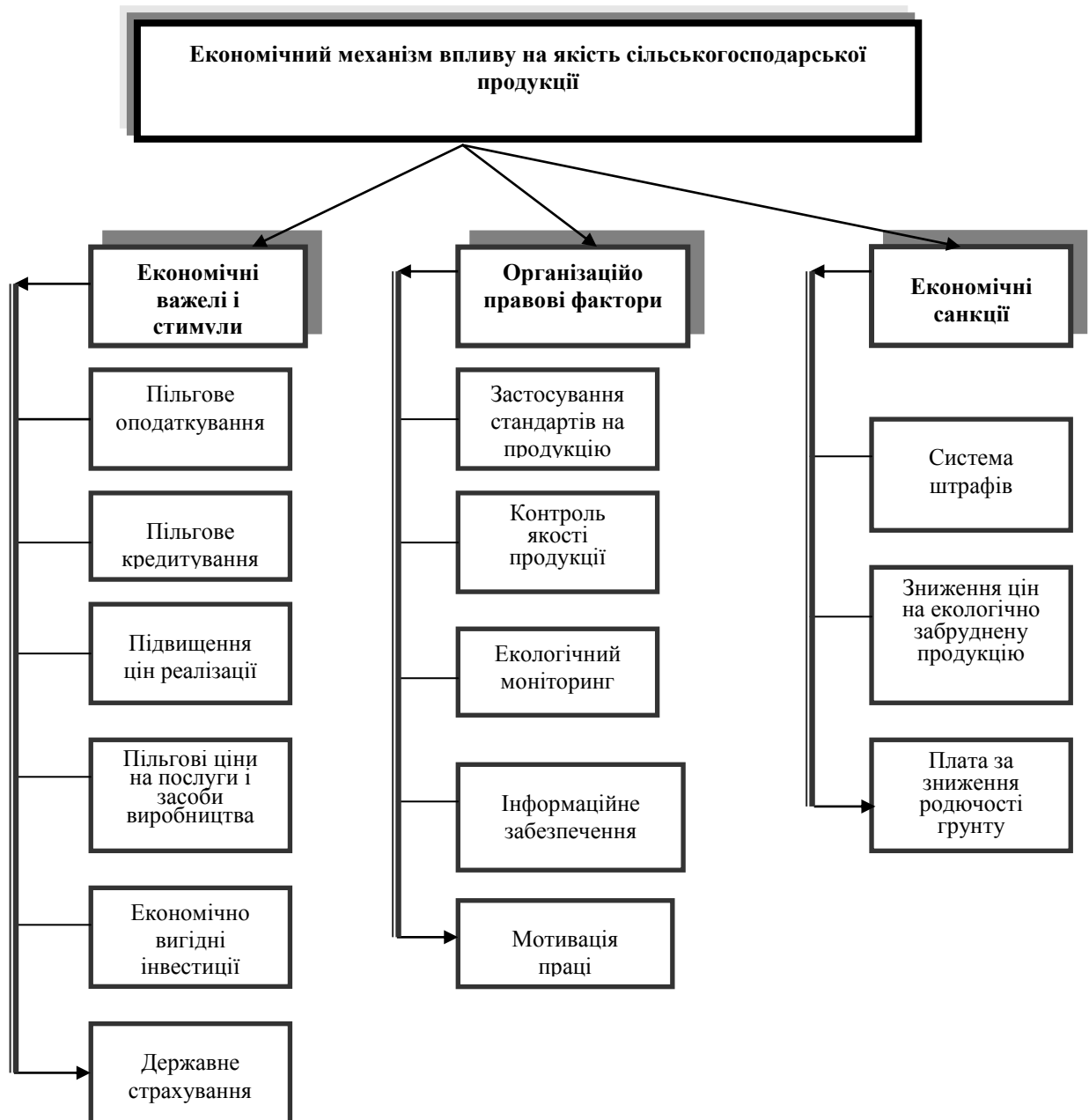


Рис. 1. Організаційно-економічна модель економічного механізму впливу на якість продукції

Відомо, що конкурентоспроможний товар – це товар, що відзначається вищими якісними, вартісними та кількісними показниками, а також ефективною збутовою здатністю задовольняти потреби споживачів щодо якості та асортименту за нижчою ціною.

За незадовільного попиту на продукцію нижня межа конкурентоспроможності збігається з нормою прибутку галузі, тобто з відношенням прибутку до витрат засобів і затрат праці або просто відношенням ринкової ціни до витрат виробництва. За умов насичення ринку тією чи іншою продукцією нижня межа її конкурентоспроможності визначається середньою

нормою прибутку по народному господарству, що зумовлено переливанням капіталу, додатковими витратами на відтворення родючості землі тощо.

В свою чергу, конкурентоспроможність сільськогосподарських агроформувань передбачає можливість їхнього ефективного функціонування в умовах ринкової економіки [3]. Це означає, що виробнича діяльність останніх повинна найповніше відповідати споживчому попиту, забезпечувати максимальну окупність засобів виробництва і капіталу.

Проте за роки реформування відбулися деструктивні процеси які призвели до зменшення обсягів виробництва продукції та результативних показників. За таких умов підприємницькі структури повинні більше уваги приділяти впровадженню комплексних агротехнічних і економічних заходів по підвищенню конкурентоспроможності продукції за рахунок самостійного (без посередників) виходу на внутрішній ринок, який в основному зорієнтований на продукцію вітчизняного виробника.

Характерною особливістю сільськогосподарських підприємств нині є недостатня цінова конкурентоспроможність практично всіх видів сільськогосподарської продукції. Це явище зумовлене багатьма причинами, серед яких першочергове значення має зниження техніко-технологічного рівня внаслідок руйнування, фізичного та морального зношення основних засобів виробництва та незадовільний стан забезпечення пально-мастильними матеріалами, запасними частинами та іншими ресурсами. Власника землі при передачі її в оренду не завжди задовольняє рівень орендної плати.

Руйнування виробничого потенціалу підприємств призводять до зменшення обсягів виробництва і реалізації продукції до критичного рівня, погіршення її якості, втрати фінансової забезпеченості. За таких умов підприємства й надалі втрачатимуть цінову конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, що неминуче призведе до насичення ринку країни іноземною продукцією, а це – безперспективний шлях. Слід зауважити, що цінова конкуренція впливає на споживчий попит навіть за певного погіршення якості продукції.

В зв'язку з цим конкурентоспроможність реформованих сільськогосподарських підприємств та особистих підсобних господарств громадян залишається низькою. Формування нових суб'єктів власності з вищим рівнем зацікавленості, самостійності й відповідальності потребує удосконалення міжгалузевих та внутрішньогосподарських відносин.

Ефективну форму економічних взаємовідносин у ринкових умовах господарювання може забезпечити тільки реальний ринок, де продукт праці кожного реалізується як товар відповідно до умов ринкового механізму. Враховувати інтереси всіх учасників виробництва можливо тільки через ринкові відносини всіх підрозділів, які будуть реалізовувати вироблену продукцію самостійно, шукаючи споживача, якому можна реалізувати її за вищими цінами, що позитивно впливатиме на кінцевий результат виробництва.

**Висновки.** Для успішного проведення конкурентної боротьби, кожний товаровиробник має аналізувати й оцінювати фактори

конкурентоспроможності, забезпечувати науково обґрунтовані рівні затрат праці й витрат засобів на виробництво продукції. Нині вітчизняний ринок заповнений імпортними товарами, тому для підвищення конкурентоспроможності товаровиробників необхідно переглянути податки та ввести квоти на імпортні сировину й товари. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників в економіці перехідного періоду повинно пов'язуватись з новими формами господарювання.

*Установлено, что для того чтобы проводить конкурентную борьбу, каждый товаропроизводитель должен оценивать и анализировать факторы конкурентоспособности изготавливаемой продукции.*

*Installed, that in an order to conduct competitive struggle every commodity producer must estimate and analyze the factors of competitiveness of mined-jut products.*

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Куць Т.В. Основні напрями забезпечення виробництва конкурентноспроможної продукції // Економіка АПК. – 1998. – № 4. – С. 64–66.
2. Карпенко А.В. Вплив основних економічних чинників на підвищення ефективності виробництва соняшнику в зоні Степу // Агроінком – 2003. – № 3–4. – С. 65–68.
3. Сегеда С.А. Методичні основи формування ринку продукції насінництва соняшнику // Агроінком. – 2005. – № 3–4. – С. 82–85.
4. Статистичний щорічник України за 2006 рік /Держкомстат України. – К.: Техніка 2006.– 162 с.