

І.Б. Яців

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

Монографія

**Львів
Український бестселер
2013**

ББК 65.9(4Укр)321
Я-93
УДК 631.11.009.12

Автор:
І. Б. Яців

Рецензенти:

- М.Й. Малік** – д.е.н., професор, академік НААН України, завідувач відділу розвитку підприємництва і кооперації Національного наукового центру “Інститут аграрної економіки” НААН України;
- Ю.М. Лопатинський** – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;
- О.В. Скидан** – д.е.н., проректор з наукової роботи та інноваційного розвитку Житомирського національного агроекологічного університету.

*Рекомендовано до друку
вченою радою Львівського національного аграрного університету
(протокол № 5 від 1 березня 2013 р.)*

Я-93 **Яців І. Б.**

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія / І. Б. Яців. – Львів : Український бестселер, 2013. – 427 с.
ISBN 978-966-2384-17-8

У монографії висвітлені теоретичні, методологічні та прикладні засади зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Показані особливості конкурентних відносин в аграрному секторі економіки, теоретичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємств галузі та їх продукції. Проаналізовано процеси, що відбуваються в конкурентному середовищі аграрного сектору. Обґрунтовані основні напрями зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. Розкрито зміст основних конкурентних стратегій сільськогосподарських підприємств, розглянуті питання інституційного забезпечення їх реалізації.

Для наукових працівників, керівників сільськогосподарських підприємств, спеціалістів органів державного управління, викладачів і студентів вищих навчальних закладів.

ISBN 978-966-2384-17-8

© Яців І. Б., 2013

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ	8
1.1. Суть конкуренції як елемента системи ринкових відносин ..	8
1.2. Особливості конкуренції в аграрному секторі економіки	30
1.3. Методологічні й методичні основи дослідження економічної конкуренції	46
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	68
2.1. Сутність категорії “конкурентоспроможність”	68
2.2. Оцінка конкурентоспроможності та особливості її здійснення в системі аграрного виробництва	88
2.3. Методика дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства	110
2.4. Конкурентні стратегії сільськогосподарських підприємств ..	127
РОЗДІЛ 3. КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	142
3.1. Вплив різноукладності аграрного виробництва на формування конкурентних відносин	142
3.2. Вплив на формування конкурентного середовища в аграрному секторі несільськогосподарських виробників	162
3.3. Земельні відносини в системі конкурентних відносин аграрного сектора	178
3.4. Конкурентне середовище на окремих сегментах агропродовольчого ринку	192
РОЗДІЛ 4. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	212
4.1. Засади інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств	212
4.2. Інвестиційне забезпечення реалізації конкурентних стратегій	239
4.3. Планування диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств	258

4.4. Забезпечення якості сільськогосподарської продукції	276
4.5. Конкурентні стратегії сільськогосподарських підприємств малого бізнесу	291
РОЗДІЛ 5. ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	302
5.1. Розвиток інтеграційних відносин в системі аграрного виробництва	302
5.2. Державне регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі	320
5.3. Удосконалення внутрішньогосподарських відносин у сільськогосподарських підприємствах	335
ВИСНОВКИ	354
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	364
ДОДАТКИ	390

ВСТУП

Упродовж двох останніх десятиліть сільське господарство України функціонувало в економічному середовищі, яке дедалі виразніше набувало ознак ринкового. За цей період сектор галузі, представлений підприємствами, зазнав значних втрат. Це зумовило жорстку критику аграрних реформ, спричинило гострі дискусії щодо прийнятності інституційних моделей, які пропонувалися вітчизняним виробникам.

Попри певні помилки реформаторів незворотність курсу на ринкові засади розвитку аграрного сектора стала очевидною. Відпали ілюзії щодо перспектив усебічного сприяння з боку держави сільськогосподарським товаровиробникам у вирішенні їх проблем. Підприємствам галузі щоденно доводиться вступати в економічне змагання (конкуренцію) з іншими суб'єктами за відстоювання своїх інтересів. Ця конкурентна боротьба пронизує всі сфери їх діяльності. Результати конкуренції визначають близьке й віддалене майбутнє як окремих суб'єктів господарювання, так і цілих агропродовольчих підкомплексів, регіональних АПК, вітчизняної системи аграрного виробництва загалом.

Як і в будь-якій боротьбі, в економічній конкуренції не можуть бути лише переможці. Певні господарські структури зазнаватимуть з різних причин неминучих втрат. Однак для суспільства важливо, щоб результатом конкуренції в аграрному секторі стало підвищення технологічної ефективності сільськогосподарського виробництва, повніше задоволення потреб споживачів, зміцнення ринкових позицій у протистоянні зі зарубіжними виробниками на внутрішньому і світових ринках. Позитивні наслідки конкурентних відносин переважатимуть над їх негативними (руйнівними) наслідками, якщо сільськогосподарські підприємства орієнтуватимуться на застосування стратегій, у яких максимально враховуватимуться як їх ресурсні можливості, так і суспільні потреби, інноваційні напрацювання. Результатом реалізації таких стратегій стане зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, яке відобразить стійкі прогресивні зміни в системі аграрного виробництва.

Узагальнення результатів науково-теоретичних і прикладних досліджень проблеми зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств свідчить, що, незважаючи на наявність значних напрацювань вітчизняних і зарубіжних учених, вона ще да-

лека від практичного вирішення. Це можна пояснити широким спектром і складністю взаємовідносин між суб'єктами господарювання, що підпадають під визначення конкурентних, мінливістю конкурентного середовища, відмінностями в поглядах науковців і практиків на окремі концептуальні засади вирішення проблем вітчизняного аграрного сектору. З'ясування низки невирішених у теоретичному і практичному аспектах питань передбачалося в межах дослідження, основні результати якого викладені в запропонованій монографії. Зокрема, обґрунтовані основні методологічні засади зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств через реалізацію конкурентних стратегій, які враховують ресурсний потенціал суб'єктів господарювання, умови ринкового середовища, в тому числі запити споживачів. Окреслені ключові напрями зміцнення конкурентоспроможності досліджуваних підприємств, серед яких – їх інноваційний розвиток, диверсифікація виробництва на основі пошуку перспективних ринкових ніш, підвищення якості продукції, розвиток інтеграційних відносин у системі аграрного виробництва, удосконалення внутрішньогосподарських відносин тощо.

Розробці системи заходів, спрямованих на зміцнення конкурентоспроможності підприємства, передуює оцінка його можливостей та конкурентного середовища. Результат такої оцінки є значною мірою суб'єктивним, відображає погляди менеджменту підприємства на вирішення існуючих проблем. Наявність великої кількості методик оцінки конкурентоспроможності підприємства вимагає від дослідника розуміння можливостей, що можуть бути отримані завдяки застосуванню окремих із них, відповідної теоретичної підготовки. З урахуванням цього в монографії приділено належну увагу висвітленню теоретичних основ дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

У контексті нашого дослідження до найактуальніших належить питання стосовно рівня й механізмів державної підтримки вітчизняного аграрного сектору. Можливості використання досвіду економічно розвинутих країн у цьому плані доволі обмежені. Викладені в монографії положення ґрунтуються на концепції, яка визначає незамінність зусиль сільськогосподарських товаровиробників у вирішенні проблем свого розвитку. Завданням політики аграрного протекціонізму є підтримка цих зусиль з урахуванням суспільних інтересів і глобалізаційних викликів.

Викладені в монографії науково-методологічні основи та концептуальні підходи до вирішення проблеми зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств враховують особливості функціонування різних за розмірами, спеціалізацією, організаційною структурою сільгоспвиробників, процеси, що відбуваються в системі вітчизняного аграрного виробництва. Сформульовані за результатами дослідження рекомендації спрямовані на забезпечення здатності підприємств галузі здійснювати тривалу й ефективну діяльність у конкурентному середовищі.

РОЗДІЛ 1

КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

1.1. Суть конкуренції як елемента системи ринкових відносин

Дії суб'єктів підприємницької діяльності формуються під тиском складної системи чинників внутрішнього і зовнішнього характеру. На них впливають чинне законодавство країни, у тому числі прийняті нею міжнародні зобов'язання, потреби споживачів і ресурсні можливості підприємств, аспекти екологічного та етичного характеру. Особливим і найбільш принциповим є вплив конкуренції – фундаментального елемента системи ринкової економіки. Саме відносини конкуренції змушують окремих виробників підвищувати якість своєї продукції й удосконалювати технологію її виробництва, організувати надійне ресурсне забезпечення і розвивати систему реалізації товарів. Потреби виробників стимулюють розвиток науки й освіти, справляють потужний вплив на всі сторони життя суспільства. Через відносини конкуренції захищаються інтереси окремих споживачів і підвищується ефективність суспільного виробництва.

Конкуренція по праву вважається невід'ємним атрибутом та основною рушійною силою ринкової економіки. Її зародження пов'язане з появою товарних відносин, коли окремих виробників почав прагнути створити для себе вигідніші умови виробництва й збуту товарів, зачіпаючи при цьому інтереси інших учасників ринкового обміну. Конфлікт інтересів дрібних товаровиробників, яким доводилося здійснювати свою діяльність в умовах обмеженості виробничих ресурсів і платоспроможного попиту, й породив ті відносини, які ми сьогодні трактуємо як конкурентні.

Сукупність конкурентних відносин як одного з базисних елементів ринкового механізму є предметом пильної уваги вчених, підприємців, політиків. Засновником теорії конкуренції як цілісної наукової концепції вважають шотландського економіста Адама Сміта. У своїй книзі “Дослідження про природу й причини багатства народів”, вперше опублікованій у 1776 році, він показав суть конкуренції як

суперництва, завдяки якому підвищуються ціни за скорочення пропозиції і зменшуються ціни у разі її надлишку [185, с. 181].

Адам Сміт визначив основний принцип, що лежить в основі конкурентних відносин – принцип “невидимої руки”, за яким попит, пропозиція, ціни, прибуток, позиковий відсоток у рамках конкурентної ринкової системи немов керовані “невидимою рукою”. Зміни цих елементів ринкового механізму спрямовані на задоволення особистих потреб підприємців, але водночас слугують інтересам суспільства. Учений стверджував, що обмеження конкуренції йде врозріз із цими інтересами, адже дає торговцям “можливість шляхом підвищення їх прибутку понад природний його рівень стягувати у свою особисту користь надмірну данину з інших своїх співгромадян” [185, с. 392].

Упродовж XIX-XX століть над розвитком і збагаченням теоретичних аспектів конкуренції потрудилося чимало вчених. Варто виділити праці Д. Рікардо, Дж. Мілля, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. Робінсон, Е. Чемберліна, Й. Шумпетера, Ф. Хайєка, П. Друкера, М. Портера, які помітно вплинули на формування поглядів і переконань як їх сучасників, так і наступних поколінь економістів.

Розвинув ідеї А. Сміта про роль конкуренції Давид Рікардо – прихильник концепції економічного лібералізму, яка не допускає державного втручання в економіку, відстоює економічні свободи у різних їх проявах. Він твердив, що за вільної конкуренції інтереси індивіда й цілого збігаються, а режим вільної конкуренції (з певними відступами) є найбільш доцільним, найбільше відповідає інтересам нації. У своїй праці “Засади політичної економії і оподаткування” (1817) учений формулює принцип порівнянних переваг, в якому можна побачити прообраз конкурентних переваг – однієї з базових категорій сучасної теорії конкуренції і конкурентоспроможності.

Англійський економіст Джон Мілль, досліджуючи проблеми розвитку економіки в першій половині XIX століття, наголошував на зростанні впливу конкуренції на економічне життя країни. У праці “Основи політичної економії” (1848) він висловив думку, що конкуренція є єдиним регулятором ренти, прибутків, заробітної плати й ціни [116, с. 394]. Учений зазначав, що конкуренція є, можливо, не найкращим, але необхідним для розвитку економіки стимулом. “Захист від конкуренції означає захист від лінощів і розумової тупості”, – так досить жорстко висловився Дж. Мілль [117, с. 141] (тут і далі переклад наш – І. Я.).

Перелічені дослідники (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль) вивчали конкуренцію в період зародження і становлення капіталістичного суспільства, а більшість їх викладок стосувалася сфери обігу. Капіталістичні відносини на зрілішому етапі їх розвитку досліджував Карл Маркс. Він зробив суттєвий внесок у теорію конкуренції, розглядаючи конкурентні відносини у взаємозв'язку з економічними законами капіталізму – додаткової вартості, накопичення капіталу, утворення середньої норми прибутку.

У своєму найвідомішому економічному трактаті “Капітал” К. Маркс визначив дві основні форми конкурентної боротьби: внутрігалузеву – за вплив і місце на ринку та міжгалузеву – за найбільш прибуткові сфери прикладання капіталу. “Конкуренція капіталістів... постійно відволікає капітал від тих сфер, у яких прибуток тривалий час стоїть нижче середнього рівня, і так же постійно приваблює його до тих сфер, у яких вона перевищує середній рівень”, – зазначав учений [107, с. 401-402]. Він показав, що на внутрігалузовому рівні конкурентна боротьба спонукає до підвищення продуктивності праці, застосування досконалішої техніки, збільшення виробництва, зниження витрат. Учений зазначав, що вільна конкуренція породжує концентрацію й централізацію виробництва і капіталу, що в кінцевому підсумку призводить до утворення монополій.

Особливості конкурентних відносин в умовах концентрації виробництва досліджував один із провідних представників неокласичної економічної теорії англійський економіст Альфред Маршалл. У праці “Принципи економічної науки” (1890-1891) він відзначає суспільний ефект від конкуренції між великими виробниками: “Великий масштаб виробництва забезпечує їм максимально можливу економію, а за умови, що вони розвиватимуть конкуренцію один з одним до крайньої міри, основну вигоду від такої економії отримає суспільство, і ціна на вироблений ними товар стане дуже низькою” [108, с. 64]. Якщо ж витрати фірми перевищують ринкову ціну, це стає основним мотивом, який змушує цю фірму покинути ринок.

Учений вказував на двоїстий характер конкуренції, яка, за його твердженням, буває двох видів – творча і руйнівна. Термін “конкуренція”, за його висловом, “віддає надто великим присмаком зла, він став означати певну частку егоїзму й байдужості до благополуччя інших людей” [108, с. 61] Попри те він допускав, що обмеження кон-

куренції може виявитися на практиці більш антисуспільним, ніж сама конкуренція [108, с. 64].

Зауважимо, що схожих з А. Маршаллом поглядів на двоїсту природу конкуренції дотримувався і відомий український економіст Михайло Туган-Барановський. Учений зазначав, що в галузі виробництва й обміну вільна конкуренція, безумовно, призводить до багатьох благодетельних результатів. Завдяки їй підприємливість та енергійність окремих осіб сягає максимуму своєї напруги. Не можна не визнати, що позитивні сторони конкуренції перевищують негативні. Однак навіть благодетельні наслідки вільної конкуренції купуються надто дорогою ціною: найслабші, менш пристосовані до боротьби елементи гинуть, а перемога нерідко ґрунтується на таких моральних властивостях переможців, поширення яких найменш бажане зі суспільної точки зору [207].

Адам Сміт і вчені XIX століття розглядали переважно модель так званої вільної, або досконалої, конкуренції – децентралізованої, з багатьма незалежними один від одного учасниками ринку, жоден з яких не впливає суттєво на ринкові параметри, має змогу вільно увійти на нього. Однак на початку XX століття на більшості товарних ринків стали домінувати відносини, далекі від моделі досконалої конкуренції. Настала необхідність переглянути принципові положення теорії конкурентних відносин. Певною віхою в цьому процесі став вихід у 1933 році двох праць – американця Едвара Чемберліна “Теорія монополістичної конкуренції” та англійки Джоан Робінсон “Економічна теорія недосконалої конкуренції”.

Перший розглядає процес синтезу конкуренції і монополії, результатом якого є монополістична конкуренція. Суть монополії – у контролі над пропозицією. Гарвардський учений трактує кожного продавця як монополіста, котрий формує своє коло покупців завдяки диференціації (“унікальності”) товару, який містить певну ознаку, що відділяє його від товару іншого продавця. За існування такої диференціації покупці об’єднуюватимуться з продавцями не випадково і безладно, а на основі вибору, який базується на перевагах [229, с. 93]. Розглядаючи ознаки диференціації товару (упаковку, фірмову марку, рекламу, умови реалізації, репутацію продавця тощо), Е. Чемберлін виділяє тим самим нецінові чинники конкуренції. Диференціація продукту, на його думку, дає змогу невеликим чи середнім торговцям

і виробникам витримати конкуренцію з великими суб'єктами господарювання.

Як зазначає учений, еволюція конкурентної боротьби стимулює підвищення якості товарів. У цьому й полягає перевага монополістичної конкуренції над вільною. Підтвердженням може слугувати характеристика вільної конкуренції від М. Тугана-Барановського. Звичайний покупець в умовах вільної конкуренції, на думку українського вченого, завжди звертає більшу увагу на ціну товару, ніж на його достоїнства. Незначні погіршення товарів, що продаються за нижчими цінами, підсумовуються й у результаті продукти, хоча й продаються за нижчими цінами, мають значно нижчу якість, а покупець нічого не виграє або навіть програє [207]. Очевидно, опираючись на схожі міркування, Е. Чемберлін вважав монополістичну конкуренцію механізмом, що забезпечує найефективніше функціонування економіки.

Найвідоміша у світі жінка-економіст Дж. Робінсон дає критичнішу оцінку відмінній від вільної конкуренції моделі ринку, яку вона називає “недосконалою конкуренцією”. Учена зазначала, що результат такої конкуренції – виникнення великих об'єднань, які поглинають конкуруючі фірми, а збільшення розмірів одиниці управління обов'язково спонукає до ще більшої несправедливості в розподілі багатства. Це підводить до необхідності вирішення дилеми – ефективність чи справедливість [247, с. 239]. Принциповою для того часу була висловлена англійською вченою думка про можливість за певних умов державного регулювання цін.

Джоан Робінсон пов'язувала монополію не лише з ринком, а й з процесом виробництва. Розглядаючи монополію на ринках чинників виробництва, зокрема праці, вона вводить поняття монопсонії – монополії покупців. Монопсонія – ситуація, коли на ринку діє багато дрібних продавців і єдиний покупець.

Оригінальними положеннями збагатив теоретичні основи конкурентних відносин відомий австро-американський економіст Йозеф Шумпетер. Зокрема, йому належить розробка понять “ефективної конкуренції” та “ефективної монополії”. Не всяка конкуренція, на думку Й. Шумпетера, є ефективною для суспільного економічного розвитку. Ефективною він вважає конкуренцію, яка стимулює до введення нових продуктів, нових технологій, нових джерел забезпечення, нових форм організації виробництва. Ці нововведення вчений називає інноваціями й зазначає, що найкращі умови для їх здійснення

мають великі компанії та їх монополістичні об'єднання, оскільки їх монополістичний прибуток може бути ефективним способом накопичення коштів для здійснення відповідних інвестицій [242, с. 130].

Саме монополію, яка отримує великі прибутки за рахунок новаторської діяльності (а не завдяки особливим правам і привілеям, наданим владою, чи монополістичній власності на дефіцитні ресурси), Й. Шумпетер називає ефективною монополією. Вона дбає про приватні інтереси, але виграш у результаті отримує все суспільство. Ці міркування вченого підштовхнули його послідовників до висновку, який відомий як “гіпотеза Шумпетера”. Сама гіпотеза подається у різних варіантах й у спрощеному вигляді передбачає, що втрати суспільства від діяльності монополій компенсуються провідною роллю останніх у розвитку технологій та організації виробництва [49, с. 919].

Серед багатьох учених ХХ століття, внесок яких у розробку теоретичних аспектів конкурентних відносин найпомітніший, неодмінно слід виділити й лауреата Нобелівської премії з економіки австрійця Фрідріха фон Хайєка. Він називав конкуренцію ефективним способом направлення невідомих ресурсів на невідомі цілі, розглядаючи її як процедуру відкриття – нових товарів, технологій, успішних підприємств. Тим самим він наділяв конкуренцію функцією придбання та передачі знань, інформування учасників ринку про можливості, якими вони можуть скористатися.

У своїх дослідженнях нобелівський лауреат порівнював ринкову економіку, яку регулює конкурентний механізм, та економіку, яку регулює механізм централізованого планування. Він стверджував, що завдяки конкуренції на ринку виникає і підтримується спонтанний порядок, і вважав, що держава не повинна заважати їй (конкуренції) розвитку, називаючи перешкоду до неї аморальною [169, с. 73]. Тим самим прибічник ліберальної економіки і вільного ринку вступає у полеміку з представниками кейнсіанської школи, які вважають, що сучасні ринки неспроможні до саморегулювання, а економіка не може ефективно розвиватися без державного втручання.

Визнаним фахівцем з теорії і практики економічної конкуренції є професор Гарвардської бізнес-школи Майкл Портер. У своїх працях, найвідоміша серед яких – фундаментальне дослідження “The Competitive Advantage of Nations” (1991), він сформулював низку поглядів на суть та особливості конкурентних відносин, які стали хрестоматійними.

Учений вважає, що для розуміння природи конкуренції основною одиницею є галузь, тобто група конкурентів, котрі виробляють товари або надають послуги, що безпосередньо конкурують між собою. Він виділяє п'ять сил, які визначають конкуренцію в галузі: загроза появи нових конкурентів; спроможність покупців торгуватися; спроможність постачальників торгуватися; загроза появи товарів і послуг – замінників до існуючих; суперництво між наявними конкурентами [148, с. 53]. Отже, на результат конкурентної боротьби у тій чи іншій галузі впливає діяльність практично всіх учасників ринку.

Майкл Портер виділяє два основні види конкурентних переваг – нижчі витрати і диференціація товару (спроможність забезпечити покупця унікальною і більшою цінністю у вигляді нового товару, особливих споживчих властивостей чи післяпродажного обслуговування) [148, с. 55-56]. Виходячи з цього, він сформулював потенційно успішні стратегічні підходи, які дають змогу досягти успіху в конкурентній боротьбі: лідерство через досягнення найменших витрат, диференціація (пропонування чогось унікального), зосередження – на конкретній групі покупців, сегменті ринку, товарній номенклатурі [149, с. 51-55].

Американський економіст розглядає особливості конкурентних відносин на міжнародному рівні. Він вказує на чинники, що визначають конкурентну перевагу країни, наголошуючи, що окрема держава не може й не повинна бути успішною в усіх галузях. Принциповим є твердження М. Портера, що для отримання переваг на зовнішньому ринку необхідне суперництво на внутрішньому, яке стимулює інновації й удосконалення виробничого процесу, здійснює благотворний вплив на національну економіку. Гарвардський професор виступає проти механічного копіювання чужого досвіду, адже політика, яка дала добрі результати в одній країні, може виявитися поганою для іншої. Натомість серед умов досягнення конкурентної переваги він називає дисципліну, відповідальність, вимогливість. Йому належить визначення: “Конкуренція – це не рівновага, а постійні зміни. Удосконалення й оновлення галузі – неперервний процес, а не одноразова подія, за якою настає тривале затишшя” [148, с. 91].

Динамічні зміни в ринковому середовищі, зумовлені глобалізаційними процесами, перехід економічно розвинутих країн до постіндустріальної фази суспільного розвитку не можуть не позначитися на природі конкуренції. Тому сучасні дослідники висловлюють ідеї та

погляди, які принципово різняться від теоретичних концепцій, виписаних попередниками.

Змінюються уявлення про можливість досягнення окремим країнами стійких конкурентних переваг. Зокрема, Пітер Друкер у книзі “Завдання менеджменту у XXI столітті” зазначає, що “... неможливо далі будувати підприємницьку діяльність та економічний розвиток країни на використанні дешевої праці. Як би мало компанії не тратили на зарплату своєму персоналу, вони – за винятком найменших і найбідніших... навряд чи зможуть вижити (не кажучи вже про процвітання), якщо не досягнуть найближчим часом рівня продуктивності лідерів індустрії, в якій частині світу ті б не знаходилися” [46, с. 92]. Учений зазначає, що низькі витрати на робочу силу уже не забезпечують цінової переваги в конкурентній боротьбі.

Наприкінці XX століття набувають поширення ідеї про необхідність змін у стратегії конкурентної боротьби, які передбачають розширення співпраці з іншими суб'єктами, представленими в галузі, на ринку. Канадський економіст Д. Конклін висловлює припущення, що надалі кращі передумови для досягнення успіху матимуть корпорації, які зможуть стимулювати інновації не тільки у своїх організаціях, а й у масштабах усієї креативної моделі, частиною якої вони є [110, с. 365-366].

На уникнення конкурентної боротьби зорієнтована стратегія “блакитного океану”, концепцію якої сформулювали професори У. Чан Кім та Р. Моборн [228]. Блакитним океаном автори концепції називають такі нові ділянки ринкового простору, на яких конкурентні відносини ще не сформувалися. Стратегія “блакитного океану” ґрунтується на створенні нового попиту, пропонуванні споживачам нових цінностей. Вона передбачає створення нової ринкової території, а не переділ уже існуючої, і тим самим різниться від стратегії “червоного океану”, характерної для тих ринків, де правила конкуренції давно відомі й конкурентна боротьба ведеться традиційними способами.

Концепцією “інтелектуального лідерства” назвали свої погляди Г. Хемел та К. Прахалад (“Competition for the Future”). Вони вбачають реалізацію конкурентних переваг підприємства не в зростанні його ринкової частки, а у спроможності створити ключові компетенції, які поєднують у собі новітні технології, прогресивний спосіб організації роботи, спроможність донести цінність продукту до споживача, глибоку обізнаність. Потрібно відмовитися від однозначної орієнтації на

галузеві традиції і тенденції, спрогнозувати запити споживачів через 5, 10 чи 15 років і дати відповідь на питання, що для їх задоволення потрібно робити вже сьогодні [201, с. 54-58].

У контексті розглядуваних проблем варто згадати й працю К. Прахалада та В. Рамасвами “Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами”. Автори стверджують, що в майбутньому пасивна боротьба за цільові ринки не буде достатньою для забезпечення успіху в конкурентній боротьбі. Компаніям доведеться співпрацювати з клієнтами (споживачами), спільно створюючи цінності, які задовольнятимуть останніх. “В економічній системі нового зразка конкуренція буде зосереджуватися довкола індивідуалізованого досвіду спільного творення, який виявлятиметься в цінності, по-справжньому унікальній для кожного споживача”, – вважають автори нового підходу до тлумачення перспектив розвитку конкуренції [150, с. 17].

Американські вчені А. Бранденбургер та Б. Нейлбафф у своїй книзі “Co-operation: революція мислення, яка об’єднує конкуренцію і співпрацю...” [295] висловлюють думку, що підприємства можуть стати конкурентоспроможнішими на основі співпраці. Автори розглядають бізнес-стратегію “Co-operation” як засіб мобілізації ділових відносин. Ця стратегія виходить за усталені рамки конкуренції і співпраці, об’єднуючи їх переваги.

Отож, короткий історичний екскурс засвідчує еволюцію поглядів на суть конкурентних відносин, в якій відображається процес розвитку економічних систем і господарських механізмів упродовж двох останніх століть. Разом із ними змінювалися, уточнювалися, деталізувалися і пояснення мети, способів ведення конкурентної боротьби у визначеннях окремих авторів.

Термін “конкуренція” походить від латинського “*concurrere*” – зіштовхуватися, змагатися. У буквальному розумінні – суперництво в певній галузі, змагання, боротьба за досягнення кращих результатів. Економічне суперництво вважають лише однією з форм конкуренції, яка є поширеним явищем у природі та людському суспільстві. Відомий економіст, представник австрійської школи Людвіг фон Мізес у праці “Людська діяльність: трактат з економічної теорії” розглядав біологічну конкуренцію (суперництво між тваринами, яке проявляється у пошуках їжі), соціальну (прагнення індивідуумів зайняти найбільш сприятливе становище в системі суспільного співробітництва)

та каталектичну (суперництво між людьми, які хочуть перевершити одне одного) [114]. На думку Л. Євчук, конкуренція є економічною трансформацією біологічного явища природного відбору живих організмів на суб'єкти підприємницької діяльності [51, с. 7].

Варто, очевидно, погодитися й з О. Александровою та О. Зубчик, які зазначають, що конкуренція закладена у внутрішній природі (сутності) самої людини і виявляє себе у прагненні мати більше, ніж вона має зараз (як спосіб самовираження та самоствердження), та прагненні мати більше, ніж має інша людина (суперник). Це прагнення людини до верховенства, з одного боку, і прагнення до задоволення своїх потреб – з іншого [4, с. 39].

Поняття суперництва, змагальності є домінуючим при визначенні суті економічної конкуренції. Водночас, зважаючи на широкий спектр відносин, на які накладає відбиток економічне суперництво, багатогранність прояву їх наслідків, сформувалися певні відмінності у трактуванні досліджуваної дефініції. У низці видань вказується на існування трьох підходів до визначення суті конкуренції та її вивчення – поведінкового, структурного і функціонального.

Згідно з поведінковим підходом конкуренція є процесом суперництва, боротьби суб'єктів господарської діяльності за досягнення певних цілей. Конкурентні відносини визначають особливу поведінку цих суб'єктів, спонукаючи їх до певних дій. Поведінковий підхід до визначення суті конкуренції в наукових публікаціях зустрічається найчастіше, у тому числі в працях таких відомих економістів, як К. Маркс, А. Маршалл, П. Самуельсон і В. Нордхауз, Ф. Котлер, М. Портер та ін. Домінує він й у визначеннях вітчизняних учених, економічних довідниках і енциклопедіях, вітчизняному законодавстві. Зокрема, Закон України “Про захист економічної конкуренції” визначає конкуренцію як “змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [160].

У визначеннях суті конкуренції за поведінковим підходом немає одностайності в поглядах, за що саме ведеться конкурентна боротьба. Одні автори вважають, що конкуренція – це боротьба за прихильність покупців, споживачів, за їх гроші. Наприклад, А. Юданов на-

зиває конкуренцію боротьбою фірм “за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться ними на доступних сегментах ринку” [243, с. 258-259], по суті повторюючи визначення М. Портера [149, с. 20].

Інші економісти трактують конкуренцію як боротьбу за доступ до вигідніших умов виробництва і реалізації продукції. Такий підхід зустрічається ще у К. Маркса [106, с. 118], досить поширений і серед сучасних економістів, які розуміють, що конкурентна боротьба виходить далеко за межі сфери товарообігу. Як варіант, Н. Янковський, Ю. Макогон та Н. Фомичова вбачають у конкуренції боротьбу між суб’єктами за найвигідніші умови прикладання капіталу [249, с. 33], повторюючи визначення К. Маркса міжгалузевої конкуренції. Натомість Н. Тарнавська вважає, що конкуренцію слід сприймати як боротьбу за ресурси (кошти, час) покупців, а не як завоювання пріоритету щодо продажу товару на певному сегменті ринку [200, с. 7].

Боротьба за доступ до найвигідніших умов господарської діяльності – це змагання за найперспективніші сегменти ринку, дешеві джерела сировини та енергії, вигідні умови кредитування, бюджетні субсидії й державні пільги, заволодіння досягненнями науково-технічного прогресу тощо. Виділення вигідних умов господарювання серед цілей конкурентної боротьби значно розширює можливості трактування суті конкуренції за поведінковим підходом, враховує найрізноманітніші аспекти розвитку економічних систем.

Нерідко серед цілей конкурентної боротьби називають прагнення досягти високих (максимальних) прибутків [21, с. 9; 47, с. 818; 55, с. 427-428; 123, с. 218; 180, с. 41; 243, с. 309; та ін]. Наприклад, Т. Чечетова-Тетрашвілі, констатує, що вітчизняні економісти здебільшого трактують конкуренцію як форму суперництва в задоволенні об’єктивних і суб’єктивних потреб суб’єктів, вказує, що, з точки зору підприємства, такою потребою є максимізація прибутку за допомогою завоювання споживчих переваг [220, с. 80-81].

Водночас заслуговує на увагу позиція С. Савчука, який зазначає, що традиційне пов’язування інтересів суб’єктів господарювання з максимізацією прибутку недостатнє для розуміння конкуренції і конкурентних відносин. Ці інтереси, на думку автора, слід пов’язувати з прагненням суб’єктів економіки до тривалого існування, тобто до “нормального” функціонування у тривалій перспективі [179, с. 84]. Якщо С. Савчук розглядає “нормальне функціонування” як можли-

вість багаторазово здійснювати повноцінний виробничий цикл, то Р. Фатхутдінов висловлюється жорсткіше, називаючи конкуренцію напруженою боротьбою за виживання [217, с. 115]. Ціль конкурентної боротьби в обох випадках можна визначити як прагнення продовжити існування.

Зазначені в різних джерелах цілі конкурентної боротьби узагальнені на схемі (рис. 1.1). У більшості сучасних видань автори вказують кілька цілей, до досягнення яких можуть прагнути суб'єкти господарювання. Отримання ними результатів у вигляді переваги над суперниками, про яку йдеться у Законі України “Про захист економічної конкуренції”, може, на нашу думку, розглядатися як наслідок отримання доступу до вигідніших умов господарювання та як результат реалізації стратегії, що не передбачає отримання особливих преференцій.

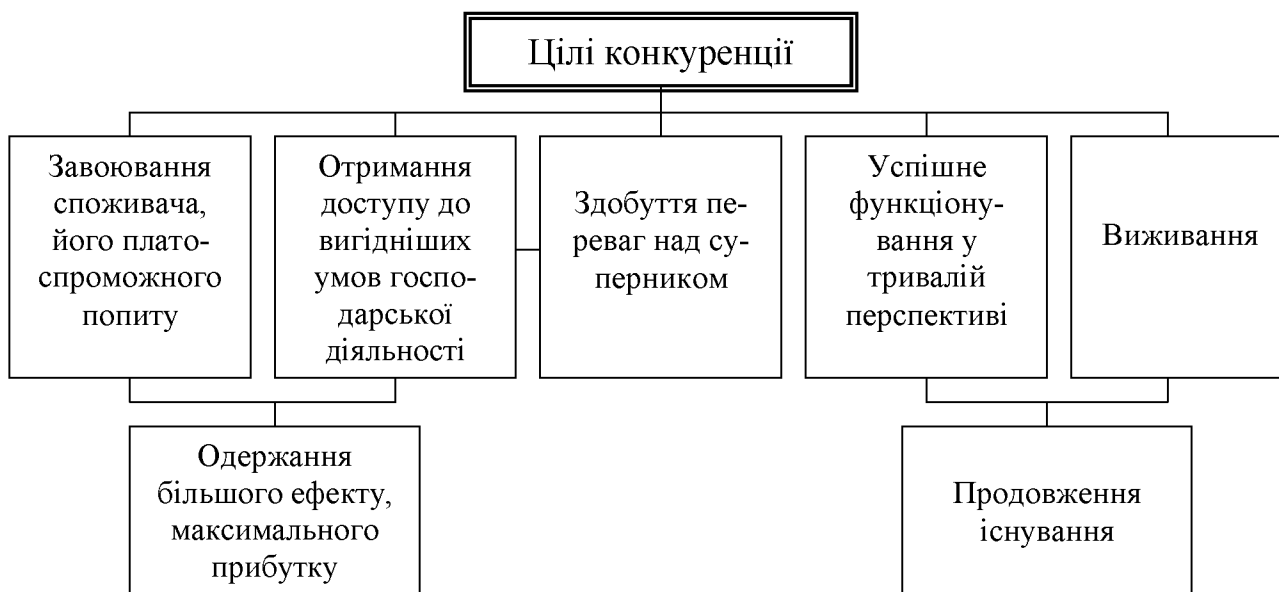


Рис. 1.1. Цілі конкуренції за поведінкового підходу до її трактування.

Ідентифікація цілей, яких прагнуть досягти суб'єкти конкурентної боротьби, має принципове значення, оскільки від неї залежить стратегія цієї боротьби, методи її здійснення. Окремі автори [181, с. 19; 204] вважають, що ці суб'єкти мають єдину мету. Зокрема, Н. Тарнавська бере під сумнів положення, що у формуванні конкурентних відносин може мати місце розбіжність інтересів сторін, “адже лише ідентичність (спорідненість чи близькість) інтересів буде поро-

джувати ще глибший конфлікт” [201, с. 20]. Ми ж допускаємо можливість ситуації, коли учасники конкуренції, які функціонують на одному сегменті ринку, можуть ставити перед собою різні завдання, виходячи з ресурсних можливостей, амбіцій керівництва тощо.

За структурного підходу до трактування суті конкуренції основна увага акцентується на розподілі ринку між конкурентами. Цей розподіл визначає середовище функціонування учасників ринку, умови ведення конкурентної боротьби. Дослідників конкурентних відносин при цьому цікавить не стільки процес суперництва як такий, скільки можливості окремого суб'єкта впливати на рівень та динаміку ринкових цін.

Трактування конкуренції як стану (структури) ринкового середовища остаточно сформувалося в першій половині ХХ століття, коли вплив монополій на економіку став очевидний (роботи Ф. Найта, Е. Чемберліна, Дж. Робінсон). Окремі автори стали називати конкуренцією не процес суперництва, а модель ринкових відносин, в якій вплив окремого суб'єкта ринку на перебіг процесів на ньому незначний. Зокрема, Ф. Найт визначав конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато і вони незалежні. Натомість К. Макконнелл і С. Брю запропонували визначення, згідно з яким конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для них вільно входити на ринок і покидати його [102, с. 67]. Аналогічне визначення конкуренції (поряд з іншим варіантом) наведено й у виданій Інститутом економіки Російської академії наук економічній енциклопедії [243, с. 309].

Структурна концепція конкуренції звужує її трактування до розгляду типів ринкової структури, які визначають ступінь свободи окремих суб'єктів ринку (продавців і покупців), умови входження на нього. Як відомо, за найпоширенішими критеріями – кількістю учасників ринку і поділом його між ними – виділяють чотири основні моделі ринку: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і чистої монополії. Окремі автори доповнюють цю класифікацію виділенням окремих специфічних ситуацій залежно від значень перелічених критеріїв. Структурний підхід до дослідження конкурентних відносин знайшов застосування в антимонопольній діяльності, яка виступає важливим елементом державного регулювання економіки. Проблема протидії монополії є настільки серйозною, що

цей підхід, попри вузькість і специфічність його застосування, залишається важливим компонентом теорії конкурентних відносин.

За функціонального підходу до визначення суті конкуренції наголос робиться на її ролі в ринковій системі господарювання. Конкуренція розглядається як механізм, що регулює поведінку суб'єктів ринку, як засіб, що сприяє розвитку економічної системи загалом. Елементи функціонального трактування конкуренції можна простежити у сформульованому А. Смітом принципі “невидимої руки”, який змушує виробників здійснювати ті чи інші дії, що узгоджуються з певним “ідеальним” планом розвитку економіки. Класичними формами функціонального трактування конкуренції вважають висловлювання Й. Шумпетера про конкуренцію старого з новим та Ф. Хайєка, який назвав її “процедурою відкриття”.

Віддають належне функціональному підходу до трактування конкуренції й більшість сучасних авторів, визначаючи її як ключовий чинник економічного прогресу, регулятор суспільного виробництва тощо. Проявом функціонального підходу є твердження окремих авторів про існування закону конкуренції. Наприклад, Р. Фатхутдінов визначає його як “закон, відповідно до якого у світі відбувається об'єктивний процес підвищення якості продукції і послуг, зниження їх питомої ціни. Закон конкуренції – об'єктивний процес “вимивання” з ринку неякісної, дорогої продукції” [217, с. 118]. Принциповим є уточнення вченого, що цей закон упродовж тривалого часу може діяти тільки за наявності якісного антимонопольного законодавства.

Доречно розглянути функції, які виконує конкуренція в ринковій економіці. Вважаємо за доцільне виділити чотири основні функції конкуренції та низку похідних від них (табл. 1.1). Основними функціями є регулювальна, стимулююча, селективна, захисна.

Регулювальна функція проявляється у впливі конкуренції на процес виробництва товарів і послуг, на ринкову кон'юнктуру через розподіл виробничих ресурсів, доходів виробників, формування балансу між суспільними потребами й суспільним виробництвом. Зміни в господарській діяльності окремих суб'єктів, які виникають внаслідок цього, відображають результат регулювання суспільного виробництва конкурентними відносинами.

Стимулююча функція змушує підприємців інтенсифікувати процес удосконалення форм і методів організації й управління виробництвом, використовувати новітні технології, розробляти нові

Функції конкуренції*

Первинна функція	Похідна функція	Форма прояву
Регулювальна	Розподільча	Розподіл чинників виробництва відповідно до суспільних потреб (запитів споживачів), розподіл доходів виробників відповідно до завойованої частки ринку
	Комунікаційна	Спосіб зв'язку між виробниками і споживачами, стимулювання інформаційних потоків у ринковому середовищі
	Кон'юнктурна	Формування ринкових цін товарів, умов їх реалізації, балансування попиту і пропозиції
Стимулююча	Мотиваційна	Забезпечення підприємцям, що удосконалюють виробничу діяльність, винагороди у вигляді прибутку
	Мобілізаційна	Мобілізація ресурсів, у тому числі доходів, отриманих у попередніх виробничих циклах, на зміцнення ресурсного потенціалу, удосконалення організації виробництва
	Інноваційна	Зумовлює необхідність розробки інновацій для впровадження у виробничій діяльності, стимулюючи тим самим науково-технічний прогрес
Селективна	Порівняльна	Дає змогу порівняти ефективність функціонування окремих суб'єктів конкуренції, оцінити їх зусилля в конкурентній боротьбі
	Санаційна	Вилучення з ринку найменш дієздатних суб'єктів
	Сортування товарів	Визначення відповідності характеристик окремих товарів та умов їх поширення запитам споживачів
Захисна	Контролююча	Здійснення контролю за ринковою потужністю окремих суб'єктів, протистояння монополізації ринку
	Страховальна	Безперебійне забезпечення потреб споживачів у разі неритмічної чи недобросовісної діяльності окремих постачальників товару

* Власні узагальнення.

продукти. Результатом її впливу на мікрорівні є ріст доходів окремих суб'єктів господарювання, на мезо- і макрорівні – розвиток продуктивних сил, суспільний прогрес.

Результатом дії селективної функції конкуренції є диференціація суб'єктів ринку за результатами конкурентної боротьби, усунення найменш ефективних з-посеред них. Ця функція проявляється й у сортуванні наявних на ринку товарів за відповідністю їх характеристик запитам споживачів. Тому результатом селективної функції є зміна не лише складу виробників, а й асортименту пропонованих ними товарів, їх споживчих характеристик.

Захисна функція конкуренції полягає в захисті інтересів виробників і споживачів від негативних проявів монополізму. На захист цих інтересів спрямоване антимонопольне законодавство, однак навіть найдосконаліші закони не дадуть належного ефекту без зацікавлення в обмеженні конкуренції з боку учасників конкурентної боротьби. Захист інтересів споживачів проявляється в недопущенні різкого скорочення пропозиції товару в разі перебоїв у діяльності окремих його постачальників, яке мало б місце за монопольного становища останніх.

Функціональне трактування суті конкуренції акцентує увагу на позитивних наслідках конкурентних відносин. Однак не можна не відзначати й негативний їх вплив. Наприклад, О. Александрова та О. Зубчик вважають, що для вирішення інтелектуальних завдань робота за принципом кооперації є якіснішою, ніж коли члени групи конкурують між собою [4, с. 44]. Невдалий вибір стратегії конкуренції призводить до втрати ресурсів, які могли б бути з більшою користю використані в іншій сфері. Тому поширення останнім часом ідей про розширення співпраці між конкурентами є логічним намаганням уникнути таких непродуктивних витрат.

Усунення за результатами конкурентної боротьби з певних сегментів ринку значної кількості суб'єктів супроводжується зниженням ефективності й раціональності використання закріплених за ними ресурсів (праці, сировинної бази, землі). Якщо їх ринкову нішу займуть виробники, які використовують інші джерела ресурсів (зокрема, іноземні виробники), зачіпатимуться інтереси цілих регіонів, країн.

Наведені в табл. 1.1 форми прояву функцій конкуренції відображаються не тільки в параметрах суспільного виробництва, у ринковій кон'юнктурі, а й у діях окремих суб'єктів конкурентних відно-

син. Тому варто погодитися з Б. Кваснюком, який зазначає, що функціональна концепція конкуренції – пряме продовження поведінкової концепції, оскільки її наріжним каменем є поведінка підприємця-новатора, який руйнує стару організацію бізнесу [81, с. 32].

Вважаємо, не варто протиставляти різні концепції конкуренції (поведінкову, структурну, функціональну), встановлювати, яка з них актуальніша в сучасних умовах. Тракткування конкуренції повинно опиратися на цілі, які ставить перед собою дослідник, вивчаючи конкурентні відносини в тій чи іншій формі та певному масштабі їх прояву. Дослідження конкурентоспроможності підприємств передбачає приділення основної уваги поведінковому підходу до встановлення її суті. Тому, не претендуючи на оригінальність, у нашому дослідженні опиратимемося на таке визначення: конкуренція – це суперництво між задіяними на ринку суб'єктами підприємницької діяльності за найвигідніші умови функціонування, прихильність споживачів завдяки задоволенню їх потреб, яке здійснюється в рамках, визначених законодавством, та забезпечує споживачам можливість вибору.

Центральними учасниками конкурентних відносин є конкуренти. Поняття “конкурент” трактують у вузькому й широкому значенні. У вузькому значенні конкурентами виступають виробники (продавці) товарів-аналогів, які здійснюють свою діяльність на окремому сегменті ринку. Зіткнення інтересів таких суб'єктів очевидне, вони ділять між собою ринок, змагаються за прихильність одних і тих самих споживачів. Особливо часто поняття “конкурент” у вузькому значенні використовують у публікаціях, присвячених маркетингу.

Конкурентами в широкому значенні цього поняття є, за визначенням С. Савчука, “будь-які два суб'єкти економіки, які взаємодіють між собою прямо чи опосередковано таким чином, що процес функціонування (діяльність) кожного з них здійснює цілеспрямовано чи спонтанно негативний вплив на процес функціонування іншого, тобто призводить до антагоністичного протиріччя інтересів взаємодіючих суб'єктів” [179, с. 97].

Широке трактування поняття “конкуренти” зумовлене тим, що конкурентна боротьба здійснюється в багатьох формах. Вони настільки різноманітні, що доцільно вести мову про їх класифікацію за відповідними ознаками. Найбільш принциповою і значущою вважаємо класифікацію, показану на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Класифікація конкуренції за основними ознаками.

За сферою економічних інтересів доцільно виділити конкуренцію галузеву, міжгалузеву та всередині ланцюга створення цінностей. Галузева (внутрігалузєва) конкуренція – це суперництво між підприємствами, які виробляють аналогічні товари й товари-замінники, при-

значені для задоволення певної потреби споживачів. Суперництво може бути явним – між представленими (діючими) в певній галузі підприємствами та потенційним – з потенційними конкурентами, що можуть увійти в галузь.

Здебільшого у трактуваннях авторів суть міжгалузевої конкуренції зводиться до процитованого формулювання К. Маркса, згідно з яким вона є суперництвом між представниками різних галузей за найбільш прибуткові сфери прикладання капіталу. Однак таке визначення вважаємо надто розмитим, воно потребує уточнення.

Міжгалузева конкуренція – це змагання не між виробниками за споживача, а між капіталом за власність на привабливих сегментах ринку, тих, де склалася можливість одержати високу норму прибутку. Ця власність може бути придбана (наприклад, на фондових ринках) або створена завдяки інвестиції у спорудження підприємства, його модернізацію. Однак як тільки рішення про здійснення інвестиції буде остаточно прийняте й почнуться дії з його реалізації, конкуренція з міжгалузевої трансформується в галузеву, адже йтиметься про появу у відповідній галузі ще одного конкурента чи зміцнення існуючого. Тут ми погоджуємося з М. Портером, який вважає загрозу появи нових конкурентів проявом галузевої конкуренції [149, с. 21].

Міжгалузева конкуренція впливає на розподіл капіталу між різними галузями і сферами економіки, виступаючи тим самим одним із важливих ринкових регуляторів. Для неї характерний відносно слабкий прояв інноваційної функції: її учасники не ставлять за мету витіснення конкурентів через нововведення, а навпаки, орієнтуються на ринкові ніші, де необхідність видатків на нововведення порівняно низька.

Сферою економічних інтересів, у якій здійснюється конкуренція між суб'єктами господарювання, може виступати ланцюг створення цінності, утворений суб'єктами: постачальник ресурсів – виробник – посередник – споживач цінності (товару). Отже, виділимо конкуренцію всередині такого ланцюга, яка, за визначенням Н. Тарнавської, ведеться його суб'єктами за досягнення максимальної частки тієї винагороди, яку одержує весь ланцюг [201, с. 37].

Вплив постачальників ресурсів і покупців товару М. Портер відносить до чинників галузевої конкуренції [149, с. 21]. Ми ж вважаємо за доцільне виділити суперництво між суб'єктами ланцюга створення цінності в окремий фрагмент у класифікації конкуренції. При цьому

виходимо з того, що ці суб'єкти належать до різних галузей і сфер економіки, де їм доводиться вести окреме внутрігалузове суперництво. Принципи ведення конкурентної боротьби всередині галузі й усередині ланцюга створення цінності часто кардинально різняться.

За географічним сегментом ринку конкуренція поділяється на локальну (в межах окремої території, регіону), національну (суперництво між національними та іноземними виробниками всередині країни) та міжнародну (суперництво суб'єктів підприємницької діяльності, як окремих, так і їх об'єднань) на світовому ринку. Визначальним у цій класифікації є не стільки розмір сегмента, скільки принципи ведення конкурентної боротьби, виходячи із законодавчих норм, особливостей реалізації конкурентних переваг.

За дотриманням правових норм ведення виділяють добросовісну й недобросовісну конкуренцію. За добросовісної конкуренції суб'єкти ринкових відносин дотримуються встановлених законодавством і суспільними етичними нормами принципів економічного суперництва. Перевагу над конкурентами вони здобувають завдяки власним зусиллям зі зміцнення ресурсного потенціалу, удосконалення господарського механізму. Саме добросовісна конкуренція забезпечує розвиток економіки з максимальним врахуванням потреб суспільства.

Недобросовісна конкуренція характеризується порушенням існуючих норм ведення бізнесу. У Законі України "Про захист від недобросовісної конкуренції" [160] зазначено, що до такої належать будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності, зокрема:

1. Неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (підприємця). Його проявами є: неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу; порівняльна реклама;
2. Створення перешкод господарюючим суб'єктам (підприємцям) у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції. Його проявами є: дискредитація господарюючого суб'єкта (підприємця); купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом; схиляння до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця); схиляння постачальника до дискримінації покупця (замовника); схиляння гос-

подарюючого суб'єкта (підприємця) до розірвання договору з конкурентом; підкуп працівника постачальника; підкуп працівника покупця (замовника); досягнення неправомірних переваг у конкуренції;

3. Неправомірне збирання, розголошення (у тому числі схиляння до розголошення) та використання комерційної таємниці.

За способом ведення виділяють цінову й нецінову конкуренцію. Суть цінової полягає в завоюванні прихильності споживачів через зниження цін на власні товари. Формою цінової конкуренції є демпінг – штучне зниження ціни з метою витіснення конкурентів з ринку. Недопущення демпінгу регламентоване міжнародними нормами, хоча існує чимало проблем з трактуванням тієї чи іншої конкретної ситуації.

Нецінова конкуренція ґрунтується на використанні інших інструментів впливу на споживача, крім цінового. Ці інструменти можуть бути пов'язані безпосередньо з товаром (підвищення якості, поліпшення інших споживчих характеристик, розширення асортименту продукції), з обслуговуванням споживачів (умови продажу, післяпродажний сервіс) та з промоцією (конкуренція з допомогою реклами та ін.).

Цінова конкуренція у класичній формі її здійснення – зниження цін як інструмент змагання на короткострокову перспективу – на думку дослідників, послаблює свої позиції [169, с. 47]. Виробники, встановлюючи ціни на свою продукцію, орієнтуються на певний визначений ринком її рівень, а прихильність споживачів прагнуть завоювати, пропонуючи якісніші, привабливіші товари.

Більшою чи меншою мірою ціновий чинник присутній майже в кожному випадку економічної конкуренції. Виробники виходять з того, що збільшити обсяг прибутку можна не тільки за рахунок зростання обсягу продажу, а й завдяки зниженню собівартості продукції. Це змушує їх вживати заходи до зниження сукупних витрат через ефективне використання виробничих потужностей, удосконалення технологій, підвищення продуктивності праці, контроль за накладними витратами тощо. Тому вплив стимулюючої функції цінової конкуренції вважаємо таким самим вагомим, як і нецінової.

Принциповим, на нашу думку, є поділ конкуренції за формою зіткнення інтересів суб'єктів на пряму й опосередковану. За прямої конкуренції суперництво здійснюється між виробниками певного то-

вару (категорії товарів) за прихильність його споживачів. Опосередкованою конкуренцією ми вважаємо суперництво між представниками різних галузей за ресурси широкого використання.

Представники різних сфер бізнесу можуть змагатися за доступ до фінансових ресурсів (зокрема банківських кредитів), за земельні ділянки для розміщення своїх підприємств, за трудові ресурси (енергійних, кваліфікованих працівників), водні та енергетичні ресурси, місце для розміщення своєї реклами та ін. Така конкуренція особливо гостра в тих економічних системах, де використовуються недостатньо прозорі механізми розподілу ресурсів. Погоджуємося з С. Савчуком, який до опосередкованої конкуренції відносить і змагання підприємств, що виробляють різні споживчі товари (наприклад, продовольство і побутову техніку), за обмежений бюджет споживача, за платоспроможний попит населення [179, с. 92].

За суб'єктами конкурентних відносин виділяють суперництво між виробниками (продавцями); між покупцями; між продавцями і покупцями. Воно може здійснюватися в рамках одного ланцюга створення цінності та на міжланцюговому рівні. Прикладом останнього є боротьба покупців за ресурси як опосередкована конкуренція.

За характером задоволення потреб споживачів виділяють предметну, видову та функціональну конкуренцію. Предметна виникає між виробниками ідентичних товарів, видова – між виробниками товарів певного виду (категорії, класу), які призначені для задоволення однієї конкретної потреби споживачів, але різняться за певною суттєвою характеристикою. Функціональна конкуренція точиться між виробниками товарів-замінників.

У багатьох публікаціях наводиться поділ конкуренції залежно від моделі ринку на досконалу, монополістичну, олігополістичну та чисту монополію. При цьому розглядають не форми прояву суперництва, а ситуації, які можуть виникнути на ринку залежно від кількості та поведінки конкурентів. Існування структурного підходу до трактування конкуренції передбачає й правомірність відповідної її класифікації.

Отже, ринок досконалої конкуренції характеризується великою кількістю продавців і покупців товару, кожен з яких має незначну частку в загальному товарообігу. Представлена на ринку продукція однорідна, контроль за цінами на неї відсутній. Підприємства не цікавляться діями своїх конкурентів, а реагують на загальні ринкові умови.

Вони не впливають один на одного, і перепони для входу на ринок для організації бізнесу чи виходу з нього практично відсутні.

Для ринку монополістичної конкуренції характерна велика кількість підприємств, які продають схожу, але не ідентичну продукцію. Завдяки деякій диференціації продукції здійснюється певний контроль за цінами, використовуються нецінові методи конкуренції. Частина кожного з продавців у загальному ринковому товарообігу невелика, виробники не взаємодіють між собою, а перепони для входження на ринок невеликі.

Олігополістичним є ринок, на якому діє невелика кількість підприємств, що виробляють стандартизовану або диференційовану продукцію. Вони поділили між собою ринок збуту, здатні узгоджувати свої дії. Зростає роль нецінової конкуренції. Наявні суттєві перепони для організації бізнесу.

Чиста монополія – ринок, на якому діє лише один продавець. Він випускає продукцію, для якої немає ефективних замінників, здійснює значний контроль над цінами. Вхід на ринок для інших підприємств заблокований юридичними, технічними чи економічними бар'єрами. Конкуренція як змагальність продавців відсутня, але для привернення уваги споживачів може використовуватися реклама.

Наведена класифікація видів конкуренції підводить до висновку, що найрізноманітніші процеси в економіці можна розглядати як результат тих чи інших форм конкурентної боротьби. Розгляд цих процесів через призму конкурентних відносин дає змогу повніше охарактеризувати їх природу, рушійні сили, обґрунтувати пропозиції щодо пом'якшення негативних наслідків конкуренції з урахуванням базових принципів ринкової економіки.

1.2. Особливості конкуренції в аграрному секторі економіки

В окремих галузях економіки конкурентні відносини вирізняються специфікою, яка формується під впливом сукупності внутрішніх і зовнішніх чинників. Низкою принципових особливостей характеризуються відносини конкуренції й у сфері сільського господарства. Ідентифікація цих особливостей, наслідків конкурентної боротьби для окремих підприємств, економіки регіонів, країни загалом є

необхідним елементом розробки ефективної аграрної політики, планування розвитку аграрного виробництва та бізнесу на різних організаційних рівнях.

Окремі сільськогосподарські товаровиробники помітно різняться за розмірами, спеціалізацією, характером поведінки на товарних ринках, застосовують різні принципи формування свого ресурсного потенціалу. Тому у відносинах за участю сільськогосподарських підприємств можна простежити майже всі основні види конкуренції. Водночас у неоднаковому впливі окремих видів конкуренції на результати функціонування аграрних підприємств й проявляється галузева специфіка.

Вітчизняні й зарубіжні автори зазначають, що умови в сільському господарстві найближчі до характеристик моделі ринку досконалої конкуренції. Особливо близьким до такої моделі, вказує англійський економіст М. Трейсі, є сектор, представлений сімейними фермерськими господарствами США і Західної Європи [206, с. 16]. Дійсно, аграрний ринок характеризується великою кількістю продавців товару (сільськогосподарської продукції), на кожного з яких припадає досить невелика, часто – незначна, частка в загальному товарообігу на окремих сегментах ринку. Контроль за цінами на продукцію з боку виробників здебільшого відсутній, як і їх вплив на ціни на ресурси. Ринки досить відкриті, інформація про ринкову кон'юнктуру доступна для всіх зацікавлених суб'єктів, що дає змогу покупцям не платити більшу ціну, аніж сформовану на ринку.

За даними Антимонопольного комітету України, сільське господарство є єдиним видом діяльності зі слабкою відчутністю конкуренції. Цей висновок був зроблений за результатами самооцінки підприємств різних галузей протягом кількох років: усього кілька відсотків сільськогосподарських підприємств зазначали, що їм доводилося зіштовхнутися з проявами конкуренції, щоправда в динаміці цей показник підвищується [9, с. 18].

Водночас слід врахувати, що аграрний ринок – це сукупність ринків окремих видів сільськогосподарської продукції, і не всі вони повністю підпадають під модель досконалої конкуренції. Зокрема, окремі виробники пропонують диференційований продукт, який помітно відрізняється від аналогів за якістю та іншими споживчими характеристиками. Реалізуючи цей продукт на певних сегментах ринку, вони мають деякі можливості контролю над цінами на нього, іноді –

застосовують рекламу, позначають свою продукцію торговою маркою тощо. Отож, нерідко сільськогосподарським виробникам доводиться діяти в умовах, які підпадають під визначення монополістичної конкуренції. На практиці це означає, що для збільшення прибутку їм доводиться орієнтуватися не лише на збільшення обсягу виробництва товару, а й на підвищення ціни за рахунок відмінностей у товарі (сорті, якості) та умовах його продажу.

Отже, модель ринку, на якому діють сільськогосподарські товаровиробники, поєднує в сучасних умовах риси досконалої і монополістичної конкуренції. Така модель впливає на форму конкурентних відносин між представленими на ринку виробниками, яку М. Портер у своїй моделі чинників ринкової конкуренції [149, с. 21] визначає як суперництво існуючих фірм.

Модель досконалої чи монополістичної конкуренції аж ніяк не означає, що суперництво між підприємствами галузі відсутнє або слабке. Воно існує, і наслідки його досить помітні. Наприклад, перевиробництво у 2008 році в Україні зерна обвалило ціни на нього на внутрішньому ринку, і тут вплив одних зерновиробників на інших був очевидним. Особливістю є те, що суперництво, як правило, не має персоніфікованого характеру. На умови й результати функціонування окремого сільгоспвиробника впливають не результати діяльності його сусідів за географічним сегментом, які пропонують тому ж покупцю ідентичну продукцію, а сукупний результат діяльності усіх представлених на ринку виробників. Через невелику частку в загальному товарообігу зусилля окремого товаровиробника зі зміцнення свого ринкового становища не позначаються чи незначно позначаються на становищі інших виробників. Ця обставина визначає способи ведення конкурентної боротьби окремих виробників. Вона зазвичай зорієнтована не на витіснення з ринку конкурентів, формування привабливішої для покупця пропозиції, а на поліпшення умов своєї господарської діяльності насамперед через зміцнення власного ресурсного потенціалу та ефективніше його використання.

Модель аграрного ринку накладає особливості на дію такого чинника конкуренції, як загроза входу нових підприємств (тиск потенційних конкурентів). Як відомо, за досконалої чи монополістичної конкуренції вхід на ринок та вихід з нього нескладні. Ця теза у принципі є справедливою й для аграрного сектора.

За визначенням І. Смоліна, вхідний бар'єр – це система організаційних, фінансових і правових перешкод, які ускладнюють появу на певному сегменті ринку підприємств-конкурентів [186, с. 8]. Новоствореному сільськогосподарському підприємству (чи підприємству галузі, яке поширило свою діяльність на новий географічний сегмент), як правило, не доводиться вести боротьбу за прихильність покупців, його продукція реалізовуватиметься на тих самих умовах, що й підприємств із тривалою історією існування. Такі чинники, як доступ до каналів реалізації продукції й товарна диверсифікація на вхідний бар'єр майже не впливають. Останній залежить від вимог до початкового капіталу: потреба у великому обсязі фінансових ресурсів для створення нового підприємства може стати суттєвою перешкодою для входження на ринок. Однак, як відомо, в аграрний бізнес може увійти й невелике підприємство, прикладом чого є створення щорічно певної кількості невеликих фермерських господарств. Суб'єкт підприємницької діяльності в сільському господарстві може вибрати такі розміри і спеціалізацію свого підприємства, які відповідають його фінансовим можливостям. Слід зазначити, що порівняно низькими є витрати, які доводиться нести вітчизняним сільськогосподарським підприємствам за користування землею: плата за оренду земельних паїв становить в середньому 5-10% їх загальних витрат на основне виробництво.

Держава постійно декларує підтримку розвитку підприємництва в аграрному секторі, заявляє про зацікавленість у надходженні в галузь іноземних інвестицій. Позиція державних органів (ще раз підкреслимо – задекларована, офіційна) не створює принципових перешкод для розгортання діяльності новостворюваних сільськогосподарських підприємств.

Вільний вихід з ринку на практиці означає, що ресурси підприємства, яке з тих чи інших причин припиняє діяльність, переходять до іншого суб'єкта господарювання, який готовий запропонувати за них певну, достатньо вагому компенсацію. Сьогодні обставини вільного виходу з ринку не є типовими для вітчизняного аграрного сектора. Зокрема, протягом останніх років простежується тенденція до зменшення кількості підприємств галузі – з 58575 одиниць у 2004 році до 56133 у 2011 році. У попередні роки угіддя та значна частина виробничих приміщень сільськогосподарських підприємств, які припинили свою діяльність через економічні проблеми, не завжди пере-

ходили в користування ефективних власників, що й стало свого часу однією з основних причин зменшення обсягів виробництва багатьох важливих видів продукції. Зазначимо, що ця проблема характерна не тільки для аграрного сектора, а й для інших галузей вітчизняного народного господарства. Вихід із ринків значною мірою залежить від стану економіки: за кризових явищ у ній він ускладнюється.

Особливістю конкуренції у сільському господарстві є концентрація економічного суперництва не в самій галузі, а всередині ланцюга створення цінності, сформованого постачальниками матеріально-технічних ресурсів для аграрного виробництва, власне сільськогосподарськими виробниками та покупцями їх продукції (заготівельними, переробними підприємствами, кінцевими споживачами). Наслідки цієї конкуренції для сільгоспвиробників є доволі важкими, адже використання суб'єктами із суміжних галузей свого монопольного становища вважається однією з основних причин виникнення кризи в аграрному секторі [253, с. 11].

Переважно наслідки конкуренції всередині ланцюга створення цінності проявляються в диспаритеті цін на сільськогосподарську й промислову продукцію через неоднакові темпи їх зростання. Критичного характеру масштаби диспаритету набули в 90-ті роки минулого століття, упродовж яких темпи здорожчання матеріально-технічних ресурсів у кілька разів перевищували темпи зростання цін на сільськогосподарську продукцію, що мало руйнівні наслідки для сільськогосподарських підприємств.

Упродовж останнього десятиліття темпи зростання диспаритету цін різко сповільнилися, в окремі періоди спостерігалось його зменшення завдяки помітному підвищенню цін на сільськогосподарську продукцію. Слід також зазначити, що здебільшого показники рентабельності підприємств, які є партнерами сільськогосподарських виробників, досить низькі, частина з них збиткові. Тому не можна вести мову про те, що промислові підприємства процвітають за рахунок сільськогосподарських товаровиробників і їм слід поділитися з останніми доходами. Безперспективно, наприклад, в умовах ринкової економіки вимагати в адміністративному порядку від українських виробників сільськогосподарської техніки, які ледве зводять кінці з кінцями, суттєвого зниження цін на їхню продукцію [286, с. 284].

До речі, внаслідок розширення присутності на вітчизняних ринках зарубіжних виробників технічних засобів та агрохімікатів рівень

монополізації цих ринків помітно знизився. Для більшості ринків промислової продукції, яка використовується в сільськогосподарському виробництві, характерна модель олігополістичної конкуренції. Її особливістю є обмежений контроль виробників над цінами, зумовлений жорстким характером конкуренції між олігополістами. Значний контроль над цінами можливий у разі таємної змови. Ознаки такої можна виявити в окремі періоди на ринках нафтопродуктів, однак це ставало проблемою не стільки сільського господарства, скільки економіки країни загалом. Отже, економічне протистояння між сільськогосподарськими виробниками та їх постачальниками, безумовно, існує й позиції останніх у ньому можна оцінити як міцніші. Однак у більшості випадків не йдеться про явне зловживання монополічним становищем з боку постачальників, перекладати на них провину за кризу в аграрному секторі не варто.

Поширеним явищем є локальний монополізм підприємств, які закупають і переробляють сільськогосподарську продукцію. Використання ними свого монополічного становища проявляється в заниженні цін на сільськогосподарську продукцію та у відмові в придбанні цієї продукції у вітчизняних виробників. Ця проблема характерна й для розвинених країн. Зокрема, М. Трейсі зазначає: “У харчовій промисловості – хоча явного монополізму немає, монополічна практика безсумнівно присутня й іноді має місце отримання надмірного прибутку” [206, с. 128].

У відносинах між агровиробниками й покупцями їх продукції також слід розмежувати випадки використання останніми свого монополічного становища і зловживання ним. Наприклад, проблеми з реалізацією сільськогосподарськими підприємствами зерна в ті роки, коли зібраний високий його врожай, є зрозумілим і очікуваним наслідком коливань ринкової кон’юнктури.

Зловживання монополічним становищем нерідко має місце на ринках молока і м’яса. Вітчизняні переробні підприємства, висуваючи ті чи інші аргументи, стримують ріст закупівельних цін на сировинне молоко й худобу, а то й синхронно знижують їх. Відомі випадки відмови м’ясопереробних підприємств у закупівлі в селян худоби через нібито відсутність попиту на м’ясо. Натомість вміст у молочних і м’ясних продуктах харчування сировини тваринницького походження вітчизняного виробництва знижується. Її замінюють складниками рослинного походження або низькоякісною імпортною продук-

цією, але інформація про це споживачам продовольства не доводиться. Від очевидного зловживання потерпають не тільки сільськогосподарські виробники, а й населення.

Економічне протистояння виробників сільськогосподарської продукції та закупівельних і переробних підприємств (покупців цієї продукції) є елементом конкурентних відносин, вплив яких на загальну ситуацію в аграрному секторі особливо відчутний. Зазначимо також, що переробні підприємства у свою чергу ведуть жорстку конкурентну боротьбу всередині своїх галузей, використовуючи широкий арсенал цінових і нецінових засобів.

Сільськогосподарські товаровиробники виступають постачальниками переробних підприємств і їхні ринкові дії можна ідентифікувати як вплив постачальників на конкуренцію в переробних галузях. В окремих випадках між переробними підприємствами має місце конкуренція за сировинні зони. У молокопереробній і м'ясопереробній галузях вона внаслідок зменшення обсягів виробництва сировини періодично помітно загострюється. Однак у цьому змаганні переробні підприємства досить неохоче використовують цінові методи, тобто не орієнтуються на стратегію захоплення сировинних зон через підвищення закупівельних цін. Основні їх зусилля спрямовані на витіснення конкурентів через розвиток заготівельної інфраструктури або ж здобуття переваг у сфері реалізації продуктів переробки (продовольчих товарів).

Переробні й заготівельні підприємства, усвідомлюючи переваги свого монопольного становища щодо сільськогосподарських виробників, прагнуть використати його навіть у тих випадках, коли для досягнення певних стратегічних цілей їм варто було б розширити співпрацю з цими виробниками. Таку позицію вони займають досить часто, і лише закликами до тіснішого співробітництва, апелюванням до тих чи інших цінностей змінити характер економічного суперництва між сільськогосподарськими підприємствами й покупцями їх продукції не вдається.

Слід вказати на ще одну особливість конкурентних відносин у ланцюгу створення цінності в аграрному секторі, пов'язану з переробними й заготівельними підприємствами. Саме вони здебільшого є безпосередніми учасниками конкурентної боротьби з іноземними виробниками на внутрішньому і зовнішньому агропродовольчому ринку. Сільськогосподарські товаровиробники пряму участь у міжнарод-

ній конкуренції беруть у відносно невеликій мірі, хоча її результати, безумовно, впливають на перспективи їх розвитку. Сигнали про успіхи чи невдачі представників вітчизняного бізнесу в міжнародній конкуренції доходять до сільськогосподарських товаровиробників через поведінку переробних і заготівельних підприємств. При цьому ефект від успіху відчувається, як правило, меншою мірою, ніж результат невдачі [289], і це також результат конкуренції між окремими суб'єктами ланцюга створення цінності за частку винагороди, яку одержує весь ланцюг.

На функціонуванні сільськогосподарських товаровиробників позначається вплив й інших видів конкурентної боротьби, зокрема опосередкованої конкуренції. Вона охоплює суперництво між ними та представниками інших галузей за різні види ресурсів. Принципового характеру набуває змагання за доступ до фінансових ресурсів (банківських кредитів), користування земельними та трудовими ресурсами, певними матеріальними об'єктами.

Окремо виділимо змагання за банківські кредити. У сучасній економічній системі жодна галузь не може розвиватися без участі банківського капіталу. У періоди економічного підйому, коли пропозиція кредитних ресурсів зростає, банки досить охоче фінансують аграрний сектор. Під час економічних криз кредитних ресурсів не вистачає, і банки підвищують вимоги до позичальників. Опосередкована конкуренція відбувається через порівняння можливостей позичальників задовольняти ці вимоги. Аутсайтери цього змагання втрачають доступ до кредитів, внаслідок чого ставиться під сумнів можливість їх подальшого існування.

Через певні обставини, які детально розглянуті в економічній літературі [219, с. 87-88], позиції сільськогосподарських товаровиробників як позичальників кредиту є досить слабкими. Ця проблема стосується не тільки вітчизняного аграрного сектора, а характерна й для розвинутих країн. Застосовуються різні варіанти її вирішення: створення режиму пільгового кредитування за рахунок державної фінансової підтримки (як в Україні), функціонування спеціалізованих систем кредитного забезпечення фермерів.

Специфічний характер має конкуренція за трудові ресурси. Значущість її зростає в тих сферах економіки, де велика частка найманої праці. Зокрема, в сільськогосподарських підприємствах України вона

значно вища, ніж в аграрному секторі тих країн, де переважають сімейні фермерські господарства.

У більшості країн скорочення кількості зайнятих у сільськогосподарському виробництві працівників – об'єктивний процес, зумовлений інтенсифікацією галузі, розвитком її матеріально-технічної бази тощо. Здавалося б, проблема забезпечення трудовими ресурсами не повинна становити загрози за високого рівня сільського безробіття. Однак відтік найбільш енергійних, підприємливих, кваліфікованих працівників із сільськогосподарських підприємств України під час економічної кризи набув украй загрозливих масштабів. Розглядаючи перспективи відродження вітчизняного аграрного сектора, слід враховувати, що сільськогосподарським підприємствам доведеться вступати в конкуренцію з підприємствами інших галузей на ринку праці, пропонуючи прийнятні умови залучення робочої сили.

Інституціональним механізмом існування конкуренції за право користування земельними ресурсами та майновими об'єктами в аграрному секторі слугують відносини, що сформувалися в результаті паювання землі та майна сільськогосподарських підприємств. Передбачалося, що власники паїв, використовуючи право розпоряджання ними, віддаватимуть перевагу тій чи іншій формі організації сільськогосподарського виробництва. У результаті за принципами ринкової економіки відбиратимуться найефективніші організаційні моделі, стимулюватиметься підвищення ефективності використання ресурсів.

Насправді ж до початку поточного століття майже всі сільськогосподарські підприємства зазнали більших чи менших втрат свого ресурсного потенціалу. Окремо виділимо ті випадки, коли власники земельних і майнових паїв реалізовували своє право вилучення їх із користування функціонуючого підприємства. У результаті земельні ділянки і майнові об'єкти переходили в користування іншої фізичної чи юридичної особи, що можна кваліфікувати як невтішний для аграрного підприємства результат конкуренції за ресурси.

Внаслідок конкурентного перерозподілу зазначені ресурси можуть залишатися у сфері товарного сільськогосподарського виробництва чи перейти в користування суб'єктів з інших галузей економіки. Умови вилучення з аграрного виробництва сільськогосподарських угідь досить жорстко регламентовані чинним земельним законодавством, що мало б запобігти небажаним для суспільства процесам. Після легалізації операцій купівлі-продажу земель сільськогосподар-

ського призначення, ймовірно, зросте суперництво за право володіння масивами угідь, але механізми спрямування її в цивілізоване русло досі офіційно не закріплені.

Слід зазначити, що конкуренція за ресурси в тих економічних системах, де використовуються недостатньо прозорі механізми їх розподілу, набуває небажаних форм. На жаль, ця проблема досить актуальна для вітчизняної економіки. Зокрема, С. Реверчук до особливостей економічної конкуренції в Україні відносить дефіцитність інформації про стан конкуренції, нерівність умов її здійснення, тінізацію конкурентних відносин, низький рівень культури конкуренції тощо [169, с. 124]. Ці обставини, підпадаючи під визначення недосконалої конкуренції, безумовно, стосуються й аграрного сектора економіки.

Однак повернемося до опосередкованої конкуренції. До неї, як зазначено, належить й змагання виробників різних споживчих товарів за обмежений бюджет споживачів (населення). Продукти харчування є товарами першої необхідності і на них, а відповідно й на сільськогосподарську продукцію, попит у разі зниження платоспроможності населення повинен згортатися меншою мірою, ніж на інші товарні групи. Принаймні у цьому виді конкурентних відносин позиції сільськогосподарських товаровиробників мають виглядати як досить стабільні. Виходячи з цього, Л. Євчук, досліджуючи особливості конкуренції в аграрному секторі, зазначає, що сільськогосподарські і переробні підприємства, незважаючи на жодні обставини, повинні й будуть існувати [51, с. 12].

Не викликає сумнівів, що, зважаючи на потреби суспільства, аграрний сектор країни продовжуватиме функціонувати. Водночас особливістю його діяльності є помітні коливання в загальному обсязі валової продукції сільського господарства часток окремих категорій виробників – підприємств і господарств населення (табл. 1.2). Незважаючи на специфічний статус господарств населення (вони не належать до суб'єктів підприємницької діяльності, а значна їх частина взагалі не реалізовує вироблену продукцію), їх, безумовно, слід вважати суб'єктами конкурентних відносин у широкому трактуванні цього поняття.

Економічне суперництво між сільськогосподарськими підприємствами й господарствами населення є очевидним, і, вважаємо, його можна класифікувати як внутрігалузеву конкуренцію в аграрному секторі. Та якщо з боку підприємств простежуються дії, що підпада-

ють під визначення конкурентної стратегії, то тенденції розвитку господарств населення визначаються насамперед соціально-економічними й демографічними процесами в суспільстві. На сучасному етапі значущість господарств населення в системі аграрного виробництва з об'єктивних причин зменшується, що, безумовно, зміцнює конкурентні позиції сільськогосподарських підприємств.

Таблиця 1.2

Частка сільськогосподарських підприємств України у виробництві сільськогосподарської продукції, %*

Продукція	1990 р.	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до, +/-	
						1990 р.	2000 р.
Валова продукція сільськогосподарства	70,4	38,4	40,5	48,3	51,8	- 18,6	13,4
у т.ч. продукція рослинництва	81,1	49,3	48,6	53,6	56,7	- 24,4	6,7
з неї зерно	97,2	81,6	75,7	75,8	77,9	- 19,3	- 3,7
цукрові буряки	99,99	87,8	78,5	92,1	91,5	- 8,5	3,7
соняшник	97,6	87,5	78,8	82,5	84,1	- 13,5	- 3,4
картопля	28,6	1,4	1,2	2,6	3,1	- 25,5	1,7
овочі	73,1	16,9	10,7	11,9	15,7	- 57,4	- 1,2
плоди і ягоди	46,4	18,2	11,8	16,4	15,8	- 30,6	- 2,4
продукція тваринництва	59,2	21,0	26,2	38,8	40,6	- 18,6	19,6
з неї м'ясо усіх видів	71,1	26,3	36,8	55,1	56,7	- 14,4	30,4
молоко	76,0	29,0	18,8	19,7	20,3	- 55,7	- 8,7
яйця	62,2	33,8	49,5	60,1	62,8	0,6	29,0

* Розраховано за джерелом [184].

Кожна галузь економіки, у тому числі, звичайно, й сільське господарство, відчуває наслідки міжгалузевої конкуренції. За її результатами інвестиційні потоки спрямовуються в ті сектори, в яких, на думку інвесторів, є можливості одержати високу норму прибутку. Особливістю вітчизняної економіки є те, що впродовж 90-х років минулого століття міжгалузева конкуренція відбувалася в умовах приватизації і об'єктами цього виду конкурентних відносин були підприємства з різних галузей, що характеризувалися великим діапазоном

потенційної й фактичної економічної привабливості. У цей період здобутки сільського господарства в міжгалузевій конкуренції були дуже скромними.

Така ситуація зумовлена двома обставинами. По-перше, сільськогосподарські підприємства, характеризуючись низькою економічною ефективністю, не розглядалися як вигідний об'єкт розміщення капіталу. По-друге, ресурси майже всіх підприємств галузі в результаті їх паювання розподілялися лише між тодішніми й колишніми їх працівниками, а в окремих випадках – і між сільською інтелігенцією, а механізм юридичного оформлення передачі земельних і майнових часток стороннім ефективним користувачам, хоча, у принципі, був сформований, та на практиці майже не використовувався. І лише окремі сільськогосподарські підприємства були реорганізовані у відкриті акціонерні товариства, що полегшувало можливість концентрації власності на майнові комплекси в осіб, здатних вкласти в їх розвиток значні інвестиції.

З 2000 року розпочалися принципові зміни. Активізований за вимогою державних органів процес реформування аграрного сектора економіки [163] дав змогу завершити процес реструктуризації колективних сільськогосподарських підприємств у підприємницькі структури, відносини власності в яких базувалися на засадах оренди земельних і майнових паїв. Був створений механізм персоніфікованої відповідальності за результати функціонування окремих сільськогосподарських підприємств. Бізнес отримав сигнал: ця відповідальність разом із правами на повне використання комерційного результату діяльності підприємств може перейти до будь-якої зацікавленої особи, здатної переконати власників паїв у своїй спроможності бути ефективним їх орендарем.

До початку поточного століття завершилися основні приватизаційні процеси в інших галузях економіки. Тому підвищився інтерес і до непривабливого, на перший погляд, сільськогосподарського виробництва. Пожвавлення економіки призвело до зростання попиту на сільськогосподарську продукцію, який господарства населення не змогли задовольнити. Збільшувалися можливості державної фінансової підтримки галузі. Зрештою, низький рівень ефективності сільськогосподарського виробництва значною мірою був зумовлений використанням примітивних технологій. Інтенсифікація виробництва за

рахунок масштабних інвестицій дає змогу сподіватися на отримання пристойної норми прибутку на вкладений капітал.

Завдяки цьому сільське господарство в міжгалузевій конкуренції перестало відігравати роль безнадійного аутсайдера. До нього зростає інтерес як з боку вітчизняного, так і зарубіжного капіталу. Показово, що почастишали випадки рейдерства в аграрному бізнесі. Прихід вкрай необхідних інвестицій супроводжуватиметься зміною власників представленого в галузі капіталу. Оскільки більшість теперішніх засновників і керівників сільськогосподарських підприємств навряд чи готові беззастережно погодитися на зміну свого статусу, такий процес слід вважати результатом конкурентної боротьби.

На конкурентні відносини в сільському господарстві впливають природно-кліматичні умови. Цей чинник є постійно діючим, має об'єктивний характер. Сприятливі природно-кліматичні умови створюють додаткові переваги сільгоспвиробникам в окремих регіонах. Як наслідок, за роки кризи темпи зменшення кількості сільськогосподарських підприємств та їх ресурсного потенціалу в районах з гіршими для аграрного виробництва умовами були значно вищими, ніж у районах, де ці умови кращі. У результаті формуються депресивні сільські території.

Подолання негативного впливу природно-кліматичних чинників можливе за рахунок спеціалізації сільськогосподарського виробництва, його державної підтримки у тих районах, де ці умови особливо складні. Відповідні механізми опрацьовані на теоретичному рівні. Елементи державної підтримки передбачені для сільськогосподарських підприємств у поліських і гірських районах. Однак до реального вирішення зазначеної проблеми досить далеко.

Певні особливості конкуренції в аграрному секторі пов'язані з вироблюваною в галузі продукцією. Вона характеризується відносно невеликою кількістю споживчих характеристик, які мають принципове значення за нецінової конкуренції. Зокрема, практичне значення таких характеристик товару, як фасування, упаковка, промоційний супровід, торгова марка стосовно сільськогосподарської продукції загалом доволі невелике. Слід також зазначити, що переважна більшість цієї продукції реалізується гуртовим покупцям – на переробні (заготівельні) підприємства, посередникам. Конкуренція на гуртових ринках принципово відрізняється від конкуренції на ринках роздрібних:

тут невелика кількість сегментів споживачів, відповідно менша потреба в диференціації товарів [254, с. 12].

Одним із чинників галузевої конкуренції згідно з моделлю М. Портера [149, с. 21] виступає загроза з боку виробників замінників товарів чи послуг. Конкуренція між виробниками товарів-замінників належить до функціональної. Для сільського господарства загроза появи продуктів-замінників практично відсутня. Передумови для масштабної відмови людства від аграрної продукції поки що навіть не проглядаються.

Ситуація виглядає цілком інакше, якщо розглядати загрозу замінників для окремих сільськогосподарських галузей. Замінниками стосовно їх продукції виступає продукція інших галузей сільськогосподарського виробництва. Під впливом тих чи інших чинників динаміка обсягів виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції у підприємствах характеризується різними параметрами (дод. А). Варіація темпів їх зростання є результатом видової конкуренції всередині аграрного сектора, яка справляє помітний вплив на його розвиток.

Майже всі сільськогосподарські підприємства здатні виробляти різні види рослинницької і тваринницької продукції. Видова конкуренція призводить до зміни їх спеціалізації, але не передбачає повного припинення функціонування. Крім того, більшість видів рослинницької продукції за зниження попиту на них можуть бути використані для годівлі худоби, скотарство з м'ясо-молочного напрямку за потреби можна переорієнтувати на молочно-м'ясне тощо. Незважаючи на це, наслідки видової конкуренції для аграрного сектора є досить болючими.

Необхідною умовою стійкого функціонування типового сільськогосподарського підприємства є раціональне поєднання в ньому рослинницьких і тваринницьких галузей, дотримання вимог сівозміни. На практиці ж спостерігається відхід від багатопрофільного виробництва, поширення в рослинництві монокультурних тенденцій. Чимало сільськогосподарських підприємств узагалі відмовилися від виробництва тваринницької продукції. Особливо потерпають від наслідків видової конкуренції ті підприємства, яким природно-кліматичні умови не дають змоги здійснити ефективну заміну виробництва одних видів продукції іншими.

Конкурентні відносини в сільському господарстві, як і в інших галузях економіки, регулює держава. На відміну від інших галузей цей вплив передбачає високий рівень державного протекціонізму (табл. 1.3). У багатьох розвинених країнах він настільки сильний, що проголошуються (і вживаються на практиці) заходи щодо його зниження. Аргументом при цьому виступає твердження, що надмірна опіка галузі не дає змоги використовувати повною мірою стимулюючий вплив економічної конкуренції.

Таблиця 1.3

Практика державного регулювання окремих видів конкуренції в аграрному секторі України*

Вид конкуренції	Зміст заходів
Міжгалузева	Підвищення вигідності аграрного бізнесу через режим пільгового оподаткування, бюджетну фінансову підтримку.
Всередині ланцюга створення цінності	Регулювання закупівельних цін через діяльність Аграрного фонду, встановлення в окремих випадках мінімальних закупівельних цін, бюджетна підтримка лізингових операцій, субсидування придбання сільськогосподарськими підприємствами окремих видів матеріальних ресурсів.
Опосередкована	Встановлення режиму пільгового кредитування. Накладання обмежень на нецільове використання сільськогосподарських угідь.
Міжнародна	Підтримка вітчизняних виробників дозволеними Світовою організацією торгівлі засобами.
Видова	Диференційована підтримка виробництва окремих видів продукції.
Недобросовісна	Недопущення.

* Власне опрацювання автора.

Державна підтримка аграрного сектора спрямована на вирішення двох основних проблем. По-перше, йдеться про заходи, які в кінцевому підсумку дають змогу знизити ціну на продовольство, що має принципове значення для підвищення рівня життя населення країни. По-друге, держава намагається усунути чи пом'якшити руйнівні аспекти конкуренції в аграрному секторі. Особливості прояву останніх потребують детальнішого розгляду.

Оскільки за своєю суттю конкуренція – це суперництво, змагання, боротьба, її неминучим наслідком є втрати, які несуть суб'єкти,

котрі поступилися у цьому змаганні. Ми поділяємо погляди О. Александрової й О. Зубчик, що “конкуренція проходить свою еволюцію разом з розвитком суспільства. Суспільство за допомогою своїх механізмів здатне згладити найбільш жорсткі форми виявлення конкуренції” [4, с. 39]. Однак і нині конкурентні відносини породжують значні соціальні, економічні й морально-етичні проблеми.

Соціальні проблеми пов’язані з втратою доходів, безробіттям працівників тих суб’єктів господарювання, які в результаті конкуренції згорнули чи повністю припинили свою діяльність. Постійний рух трудових ресурсів у принципі є звичним для економіки явищем. Однак якщо припинено існування цукрового заводу в невеликому містечку чи сільськогосподарського підприємства у віддаленому поліському селі, де можливості працевлаштування вивільнених працівників дуже обмежені, ситуація на локальному рівні набуває катастрофічного характеру [286, с. 283].

Економічні проблеми пов’язані з руйнуванням ресурсного потенціалу тих підприємств, які потерпіли невдачу в конкурентній боротьбі. Можна вважати логічним і навіть необхідним кроком закриття підприємства з морально застарілим обладнанням, яке використовувало примітивні технології. Однак такий підхід не може бути застосований для оцінки процесів руйнування тваринницьких ферм, парцеляції сільськогосподарських угідь, які тепер із технічних причин вкрай важко об’єднати у придатні для використання у великотоварному виробництві ділянки. Негативними економічними наслідками є й скорочення надходжень у бюджети всіх рівнів, втрати в суміжних з сільським господарством галузях.

Не менш серйозними, вважаємо, є морально-етичні проблеми, пов’язані з недобросовісними проявами конкуренції. Корупція, хабарництво, непорядність окремих суб’єктів господарювання у відносинах з партнерами стали звичним явищем української економіки. Вони руйнують духовні цінності, формують нездорові світоглядні переконання, норми поведінки, менталітет.

Наслідки конкуренції в аграрному секторі набувають руйнівного характеру, якщо на місці збанкрутілого сільськогосподарського підприємства не з’являється інше, яке організує використання земельних ресурсів, створює робочі місця. Тому принципового значення набуває не підтримка державою за будь-яку ціну неефективних суб’єктів гос-

подарювання, а створення інституціональних засад для появи нових, конкурентоспроможніших.

У зв'язку зі змінами економічного середовища конкурентні відносини у вітчизняному аграрному секторі зазнають трансформації. Особливо помітним є вплив глобалізаційних процесів, проявом яких, зокрема, став вступ України до Світової організації торгівлі. Членство у ній, безумовно, посилює вплив міжнародної конкуренції на результати діяльності вітчизняних сільськогосподарських виробників. Та не менш значущими будуть наслідки міграції капіталу, технологій, робочої сили. Мобільність і проникна здатність цих ресурсів в епоху глобалізації різко зросла. Проникаючи в найрізноманітніші сфери національних економік, вони несуть зі собою не тільки техніко-технологічні, а й організаційні зміни, світоглядну трансформацію. Відповідні процеси позначаються й на розвитку таких відносно консервативних галузей, як сільське господарство.

У наукових публікаціях відзначається трансформація ролі споживачів у конкурентних відносинах. Запити споживачів урізноманітнюються й індивідуалізуються, вони прагнуть самостійно вибирати для себе певну цінність (або її складові з можливих альтернатив) і цим самим впливають на товарну політику підприємств і ціну товару [201, с. 35]. Зокрема, споживачі прагнуть отримати повнішу інформацію про наявність у продуктах харчування генетично модифікованих компонентів, використання у виробництві сировини, з якої вони виготовлені, агрохімікатів. Відповідно зростає попит на продукцію органічного сільськогосподарського виробництва.

Агровиробники дедалі частіше розглядають як засіб досягнення конкурентних переваг диференціацію товару. У результаті на вітчизняному аграрному ринку збільшується асортимент окремих видів сільськогосподарської продукції. Розширення асортименту продукції, термінів і способів її надходження на ринок виступає інструментом нецінової конкуренції.

Розглянуті особливості конкуренції в аграрному секторі економіки визначають тенденції й темпи розвитку вітчизняного сільського господарства. Галузь характеризується низкою привабливих для інвестора обставин і загалом спроможна ефективно функціонувати в умовах конкурентних відносин. Однак негативні прояви окремих аспектів цих відносин спричиняють певні диспропорції в розвитку галузі, усунення яких обумовлює необхідність державного втручання.

1.3. Методологічні й методичні основи дослідження економічної конкуренції

Методологія (за одним з основних значень цього поняття) відображає логіку організації, методи й процедури певного виду діяльності. У прикладному сенсі методологія дослідження – це система (комплекс) принципів, підходів, засобів, які використовує дослідник, вивчаючи певну проблему. Вона передбачає належну організацію процесу дослідження, зокрема, визначення мети й предмету дослідження, підходів до його здійснення, вибір засобів і методів, за допомогою яких можна досягти бажаного результату.

Мета будь-якого економічного дослідження полягає в пошуку найбільш раціональних варіантів системи управління, організації її функціонування. Це загальне визначення конкретизується, виходячи з природи досліджуваного явища, завдань, які ставить перед собою дослідник. Дослідження економічної конкуренції передбачає встановлення сутнісних сторін цього явища, що дасть змогу обґрунтувати управлінські рішення, спрямовані на розвиток економічної системи чи окремих її елементів з урахуванням того, що конкурентні відносини є невід'ємною її складовою частиною. Результати цього дослідження, зокрема, використовуються для формування методологічних засад забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів конкурентних відносин.

Предметом дослідження є проблема – реальне протиріччя, що потребує вирішення. Ядром проблематики, пов'язаної з конкурентними відносинами, вважаємо, є їх двоїстий характер: поєднання стимулюючого й руйнівного начал. Це поєднання може набувати безлічі варіацій, що визначає багатоваріантність поведінки суб'єкта конкурентних відносин. Врахуємо при цьому, що економічна конкуренція втілюється в складних і суперечливих відносинах між окремими людьми, які не керуються єдиними правилами, адже їм притаманні різні інтереси, мотиви, світоглядні цінності. Тому формулювання проблеми залежить від позиції дослідника. Один, наприклад, може ставити перед собою завдання ідентифікувати переваги, які отримує економічна система завдяки наявності цивілізованих форм економічного суперництва, а інший акцентуватиме увагу на втратах, які несе суспільство внаслідок конкуренції. Позиція дослідника знаходить відображення в концептуальних елементах методології, які передбачають

попередню розробку ключових положень дослідження, його робочої гіпотези, спрямованості.

Слід погодитися з твердженням С. Мочерного, що методологія економічного дослідження не може бути довільною, вона повинна узгоджуватися з логікою (законами та закономірностями розвитку) об'єкта пізнання [119, с. 7]. Дослідження конкурентних відносин, окремих аспектів їх прояву, як і будь-яке інше наукове дослідження, передбачає застосування загальних (філософських), загальнонаукових принципів і методів та системи конкретних (спеціальних) прийомів.

Фундаментальним філософським методом пізнання є діалектика. В основі діалектичного підходу – принципи пізнаваності реального світу, детермінованості (об'єктивної причинної зумовленості) явищ, взаємодії зовнішнього і внутрішнього, об'єктивного і суб'єктивного, зв'язок теорії і практики [235, с. 58].

Невід'ємною складовою діалектичного методу є принцип розвитку, який розкриває рушійні сили еволюції економічних систем. Будь-якій економічній системі притаманні певні внутрішні суперечності. Вони, накопичуючись кількісно, на певному етапі розвитку системи зумовлюють зміну інтегративної сутності, тобто появу нової системи [119, с. 115].

Принцип розвитку конкретизується через застосування принципу історизму. Останній вимагає під час вивчення сучасного стану економічного явища враховувати його генезис, тобто походження, з'ясування особливостей основних етапів розвитку, а в прогнозуванні подальших змін – враховувати встановлені раніше закономірності. Застосування принципу історизму в дослідженні конкурентних відносин передбачає врахування сформованого упродовж останніх двох століть надбання теорії конкуренції й проектування окремих її елементів на реалії сучасних економічних процесів.

У розвитку конкурентних відносин на різних історичних етапах виразно помітна дія діалектичних законів. Та слід звернути увагу й на інший аспект: конкуренція сама виступає інтегратором кількісних змін, джерелом внутрішніх протиріч, що спонукають до незворотних якісно-сутнісних змін економічних систем, тобто їх розвитку.

Окремі автори розглядають можливість застосування в наукових дослідженнях метафізичного методу. Суть його полягає в абсолютизації окремої сторони, елемента, економічної системи загалом, певних явищ і процесів у відриві від зв'язку з цілим [119, с. 182]. Як відомо,

фрагментарне застосування метафізичного підходу в принципі можливе й дає змогу з'ясувати особливості поведінки окремих елементів досліджуваних систем. Практичним його втіленням можна вважати примітивні форми методу абстрагування. Однак на метафізичних принципах не може базуватися все наукове дослідження.

Ознакою метафізичного підходу в дослідженні конкурентних відносин є абсолютизація лише однієї їх функції (наприклад, або стимулюючої, або руйнівної), що може призвести до серйозних огріхів у побудові економічних моделей. Метафізичним за суттю є спрощений, односторонній погляд на окремі процеси (наприклад, приватизацію, державне регулювання, членство України у СОТ) в трактуванні їх впливу на характер конкуренції в тих чи інших сферах вітчизняної економіки. Проявом його було б зведення наслідків конкуренції лише до підвищення якості продукції, удосконалення технологій, концентрації виробництва тощо без приділення належної уваги таким процесам, як глобалізація, конвергенція галузей та економічних систем, трансформування ролі окремих суб'єктів конкурентних відносин та ін.

Одним із найважливіший елементів сучасного економічного дослідження є принцип матеріалізму. Він виступає у формі первинності буття і вторинності суспільної свідомості й передбачає необхідність виділення з усієї системи суспільних відносин (економічних, соціальних, правових, політичних, національних, культурних та ін.) базисних, економічних відносин, які в кінцевому підсумку є основними, первісними, визначальними [119, с. 69]. Виходячи із зазначеного принципу, еволюцію конкурентних відносин слід пов'язувати насамперед з прогресом продуктивних сил, розвитком суспільного й технологічного способів виробництва.

Для сучасної економіки характерні високий рівень диверсифікації в розміщенні капіталу, поглиблення відносин інтеграції й розподілу праці, спеціалізації виробництва, поява нових галузей матеріального виробництва та інфраструктури тощо. У результаті, з одного боку, створюються досить ефективні механізми зменшення негативних економічних і соціальних наслідків невдач окремих суб'єктів у конкурентній боротьбі, а з іншого – підвищується чутливість усієї системи до проблем локального характеру (в окремих галузях, регіонах).

Принцип матеріалізму аж ніяк не означає пониження ролі в економічних процесах надбудовних відносин – політичних, націо-

нальних тощо. На окремих, відносно нетривалих етапах історичного розвитку вони можуть відігравати й визначальну роль [119, с. 69]. Прикладом цього можуть слугувати економічні експерименти в колишньому Радянському Союзі. Однак не підкріплені належним розвитком продуктивних сил, надбудовні відносини самі по собі не можуть забезпечити стійких незворотних прогресивних змін.

Ілюстрацію до останньої тези можна знайти й у сучасній економіці нашої країни. Зокрема, оцінюючи перспективне місце в системі аграрного виробництва господарств населення, слід враховувати насамперед стан і динаміку розвитку ресурсного потенціалу їх конкурентів – сільськогосподарських підприємств, спроможність особистого селянського господарства задовольнити матеріальні потреби середньостатистичної селянської сім'ї. Натомість положення про соціальні функції, які виконують господарства населення, важливість і доцільність закріплення земельної власності за окремими селянами наповнюватимуться реальним змістом залежно не від актуальності їх звучання, а від розвитку продуктивних сил в аграрному секторі.

Дискусія про місце буття і свідомості знаходить відображення й у дослідженні конкурентних відносин. Так, С. Пахомов, відзначаючи бурхливий розвиток Індії та Китаю, стверджує, що переваги цих країн лежать не в площині традиційних підходів до вимірювання конкурентоспроможності, а “у сфері високих матерій, таких як енергетика духу народу, що реалізовується через цивілізаційні цінності” [141, с. 62].

Однак у наведеному прикладі ми не вбачаємо значних суперечностей з принципом матеріалізму. Знову ж можна провести аналогію з прикладами бурхливого розвитку окремих галузей в колишньому Радянському Союзі, які, будучи відірваними від економічної мотивації суб'єктів господарювання, супроводжувалися величезними соціально-економічними диспропорціями. Стосовно конкурентних переваг Індії й Китаю, вони залишатимуться такими й надалі, якщо підкріплюватимуться розвитком продуктивних сил, якісними змінами в організації виробництва, підвищенням рівня життя населення цих країн.

Очевидно, не можна погодитися й з іншою крайністю – домінуванням тільки егоїстичного інтересу в глобальному суспільстві [141, с. 57]. Розвиток продуктивних сил, матеріального виробництва повинен супроводжуватися певним самообмеженням, еволюцією цінніс-

них чинників, що пов'язано з катастрофічними для цивілізації екологічними наслідками, вичерпністю окремих видів ресурсів. Тобто, як бачимо, зміна ціннісних чинників має цілком реальне матеріальне підґрунтя.

Методологія дослідження конкурентних відносин передбачає використання загальнонаукових методів і принципів. До них, зокрема, належать принцип системності, методи аналізу і синтезу, індукції й дедукції, абстрагування, сходження від абстрактного до конкретного, гіпотетичний, аксіоматичний способи тощо. Відзначимо найпринциповіші прояви застосування окремих із них.

Системний підхід передбачає ідентифікацію досліджуваних об'єктів із системою – сукупністю взаємопов'язаних елементів, які утворюють певну інтегративну цілісність. Реалізація принципів системного підходу в дослідженні економічних систем вимагає ретельного і всебічного врахування всіх чинників, які впливають на поведінку системи, всієї інформації, що циркулює в системі й надходить ззовні, а також врахування таких властивостей систем цього класу, як здатність до самонавчання на основі досвіду, адаптивності до умов зовнішнього середовища, що змінюється, її правових, соціальних, політичних та інших характеристик [243, с. 728].

Досліджуючи конкурентні відносини як цілісне явище чи окремі форми його прояву, ми можемо пов'язувати їх з різними за будовою і функціями системами. Зокрема, конкуренція може бути представлена як система, виходячи з її суб'єктно-об'єктної структури. За визначенням Т. Футало, така структура є системою взаємовідносин між суб'єктами конкуренції, які мають спрямовані цілі та інтереси. Вона віддзеркалює характер і форми їх взаємодії з приводу руху об'єктів конкуренції [223, с. 38]. Суб'єкти конкуренції – це конкуренти в широкому значенні цього поняття. Об'єкти конкуренції – це те, за що між ними ведеться конкурентна боротьба. Останнє поняття, як зазначено в п. 1.1, не може бути ідентифіковане однозначно, виходячи з того, що окремі суб'єкти по-різному визначають поставлені перед собою цілі.

У представленій системі можуть бути виділені підсистеми, утворені різними групами конкурентів, наприклад, суб'єктами предметної конкуренції на конкретному сегменті ринку, учасниками опосередкованої конкуренції тощо. Нерідко характер взаємовідносин в окремих підсистемах помітно різниться. Аналізуючи структуру такої

системи, слід звернути увагу на принцип емерджентності, згідно з яким властивості цілісної системи відрізняються від властивостей її складових, і ця відмінність зростає в міру збільшення розриву між розмірами цілого і складових. Принцип емерджентності передбачає набуття системою властивостей, що не характерні окремим її елементам. Емерджентність, зокрема, проявляється у принципових відмінностях між поняттями “конкурентоспроможність підприємства” і “конкурентоспроможність товару”, що проілюструємо далі.

Економічна конкуренція як явище може бути представлена й у вигляді системи принципово інших елементів: умов протікання конкуренції (конкурентного середовища), самого механізму конкуренції та наслідків суперництва для окремих підприємств, галузей, економіки загалом. Кожен із зазначених елементів є інтегративною цілісністю, сформованою елементами нижчого порядку. Між елементами має місце взаємодія, яка характеризується постійністю й націленим спрямуванням (рис. 1.3).

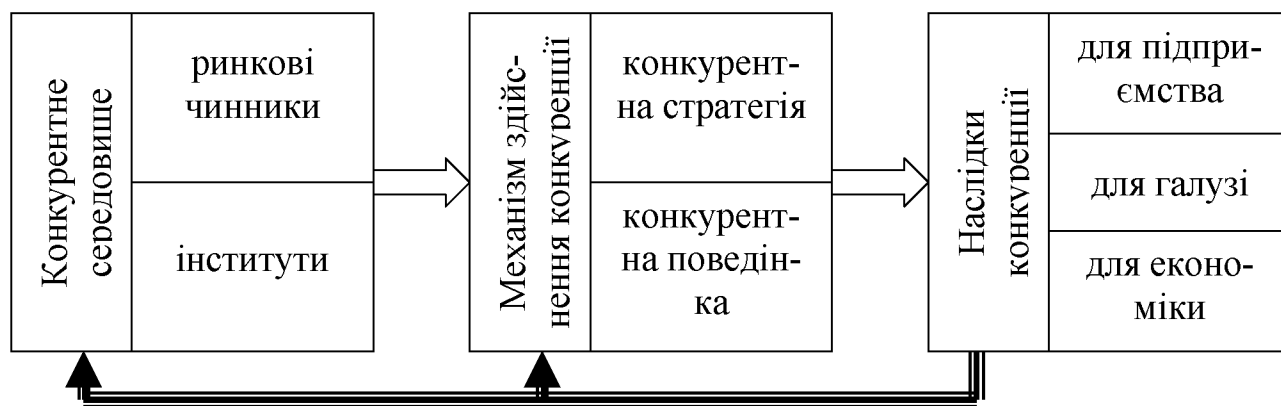


Рис. 1.3. Система функціонування економічної конкуренції.

Умови протікання конкуренції як економічного явища характеризує конкурентне середовище, в якому доводиться діяти суб'єктам відповідних відносин. У наукових публікаціях наводяться різні трактування цього поняття. Так, у виданій за редакцією М. Єрошенка монографії зазначено, що конкурентне середовище є сферою прояву суперництва між окремими суб'єктами ринку, де формуються умови їхньої діяльності й оцінюються позиції кожного конкурента [198, с. 46], але не вказані його складники. Схоже визначення пропонує А. Градов, вважаючи елементами середовища підприємства та ресур-

си [33, с. 118], що вочевидь не враховує впливу всіх чинників. Аналогічно можна оцінити й визначення, запропоноване М. Сасенком, який ідентифікує конкурентне середовище з конкурентами та їх діями із забезпечення власних інтересів [180, с. 46]. Натомість Л. Євчук трактує конкурентне середовище як сукупність ринкових сил і факторів, що визначають функціонування господарюючих суб'єктів, а також відносини цих суб'єктів [51, с. 7], а І. Сіваченко вбачає в ньому сукупність суб'єктів і факторів ринку, що впливають на відносини між виробником (продавцем) і споживачем продукції [213, с. 36].

Досконалішим на цьому тлі виглядає визначення С. Савчука, який під конкурентним середовищем розуміє “всю сукупність елементів зовнішнього економічного середовища, з допомогою яких здійснюються (можливі) взаємовідносини між даним суб'єктом економіки та його конкурентами (фактичними чи потенційними)” [179, с. 105]. Воно, вважаємо, більшою мірою відповідає системному підходу до дослідження конкурентних відносин, щоправда автор не наводить принаймні примірного переліку цих елементів. Такий перелік пропонує С. Реверчук, зазначаючи, що конкурентне середовище формують політика органів державної влади, дії та поведінка суб'єктів господарювання на ринку, діяльність цільових асоціацій та об'єднань [169, с. 15].

Погоджуючись у принципі із визначенням конкурентного середовища в редакції С. Савчука, вважаємо за потрібне виділити дві основні його складові – сукупність ринкових чинників та інститути. Ринкові чинники представлені впливом елементів ринкової кон'юнктури (попиту, пропозиції, ціни), розподілом ринку між окремими виробниками. Щодо останнього зазначимо: конкуренція в структурному трактуванні цього поняття виступає елементом ринкового середовища в поведінковому її трактуванні.

Інститути як елементи конкурентного середовища ми трактуємо з позицій теорії інституціоналізму – у широкому розумінні як “писані й неписані норми і правила, що є умовами й передумовами прийняття рішень” [97, с. 33-34]. Серед них слід виділити формальні інститути – закріплені в законодавчих актах, інших нормативних документах та неформальні – норми й правила поведінки людей, що регламентуються духовними цінностями, звичаями, менталітетом.

Конкурентне середовище є частиною зовнішньоекономічного середовища, тобто включає результат взаємодії зовнішніх щодо

окремого підприємства чинників. Натомість механізм здійснення конкуренції проявляється в діях суб'єктів конкурентних відносин. Ці дії втілюються в конкурентній стратегії й конкурентній поведінці. Під конкурентною стратегією традиційно розуміють комплекс заходів, спрямованих на здобуття суб'єктами господарювання конкурентних переваг [47, с. 816; 75, с. 113, 169, с. 22 та ін.]. Конкурентна поведінка визначає позицію підприємства під час прийняття певного рішення в окремих ситуаціях, що стосуються економічного суперництва.

Підприємство може не мати чітко сформульованої конкурентної стратегії. Тоді воно займає в конкурентній боротьбі пасивну позицію, орієнтуючись лише на виробництво незмінного асортименту продукції в обсягах і за технологіями, визначеними його ресурсними можливостями. Така ситуація характерна для багатьох сільськогосподарських підприємств. Натомість будь-якому підприємству доводиться виконувати тактичні завдання, приймати оперативні рішення, тобто позиціонувати себе через певну конкурентну поведінку.

Результат конкурентної боротьби позначається на стані самого підприємства, має певний вплив на ситуацію в конкретній галузі, економіці загалом. Зміни в стані підприємства впливають на його подальшу конкурентну стратегію й поведінку. Зміни в галузі та економіці можна ідентифікувати як зміни в конкурентному середовищі. Вплив результатів конкурентної боротьби окремого підприємства на зовнішнє середовище є непомітним чи майже невідчутним у середовищі досконалої та монополістичної конкуренції і значно зростає за олігополістичної конкуренції та чистої монополії.

Використання для відображення процесу конкуренції розглянутої вище схеми є застосуванням в дослідженні конкурентних відносин структурно-функціонального підходу. Останній полягає у виділенні в системних об'єктах структурних елементів і визначення їхньої ролі (функцій) у системі [235, с. 63]. Цей підхід передбачає вивчення впливу зміни одних елементів системи на зміни в інших. У процесі дослідження ставиться завдання обґрунтувати такі зміни в окремих елементах системи й зв'язках між ними, які забезпечать прогресивний розвиток системи загалом.

Для встановлення особливостей і закономірностей функціонування системи як інтегративного утворення використовують системно-діяльнісний підхід. Згідно з ним функціонування системи слід розглядати через взаємодію таких компонентів: потреба – суб'єкт –

об'єкт – умови – результат. Конкуренція виникає в результаті прагнення окремих суб'єктів задовольнити певні свої потреби, для чого їм доводиться вступати в суперництво з іншими суб'єктами. Об'єкт конкуренції впливає з потреб окремих суб'єктів і може бути різним, визначаючи у свою чергу особливості протікання економічного суперництва. Кінцевим підсумком конкурентних відносин є певний результат, який може задовольняти потреби суб'єктів чи не відповідати їм. Незбігання результатів конкуренції з потребами суб'єктів відображає антагоністичний характер конкурентних відносин.

Результатом функціонування системи є її розвиток – незворотні, спрямовані закономірні (якісно-сутнісні) зміни [119, с. 115]. Визначаючи закономірності й прогножуючи подальші напрями цього розвитку, слід виходити з того, що основні властивості й функції системи містяться, як правило, усередині неї самої, а тому система сама по собі є джерелом свого розвитку [137, с. 115]. Дотримуючись таких поглядів, доходимо висновку, що зміцнення конкурентоспроможності підприємств залежить насамперед від них самих. Звичайно, суттєвий вплив на відповідні процеси мають зовнішні чинники, наприклад, економічна політика держави, досягнення науково-технічного прогресу. Та самі по собі, без адекватних зусиль підприємств, вони не забезпечать останнім успіхів у конкурентній боротьбі.

Пізнання природи конкурентних відносин здійснюється з використанням індуктивного й дедуктивного методів. Індукція як метод дослідження полягає у формуванні загальних положень теорії на основі опрацювання дослідником окремих фактів про події, явища, процеси. Накопичення таких фактів спонукало вчених до збагачення теорії конкуренції новими принциповими положеннями. Інтенсивність цього процесу не знижується, свідченням чого є виникнення нових концепцій та гіпотез, які стають предметом активних наукових дискусій.

Дедуктивний метод передбачає виведення логічним шляхом суджень про природу окремих явищ і процесів на основі врахування загальних положень теорії. Прикладом його використання в дослідженні конкурентних відносин є прогнозування впливу вступу України до Світової організації торгівлі на розвиток окремих галузей, яке здійснювалося багатьма вченими в період підготовки до цього вступу. Дедуктивний підхід застосовують під час обґрунтування конкурентних

стратегій для окремих суб'єктів, адже при цьому враховуються певні принципи, вже апробовані економічною практикою.

Дедуктивний висновок володіє високою доказовою силою в тому разі, якщо теоретичні положення, на основі яких він зроблений, охоплюють всі можливі варіанти. Він є істинним, коли істинними є всі складові, використані для його виведення. Теорія конкуренції продовжує розвиватися, збагачуючись положеннями, які уточнюють, а то й заперечують зроблені раніше висновки. Тому невдачі під час реалізації на практиці ідей, сформованих на основі дедуктивного підходу, можуть пояснюватися й прогалинами в інформаційному забезпеченні та використанням постулатів, які не зовсім адекватно відображають природу конкретного явища чи процесу.

Невід'ємним елементом будь-якого наукового дослідження є застосування методу абстрагування. Він передбачає ігнорування поверхневих, несуттєвих чи другорядних сторін досліджуваного явища для того, щоб виокремити основні загальні, сталі зв'язки, в яких розкривається природа об'єкта пізнання. За допомогою абстрагування відбираються найсуттєвіші чинники, які формують конкурентне середовище, найважливіші характеристики підприємства чи товару, що використовуються для визначення їх конкурентоспроможності.

Результатом наукового абстрагування є поняття досконалої конкуренції. За визначенням С. Реверчука, ця абстрактна модель не враховує диференціації продукту, динамічного розвитку, впливу інших чинників на формування господарських відносин [169, с. 24]. Водночас конструкція “досконала конкуренція” використовується для визначення сутнісних ознак інших моделей конкурентних відносин. У цьому проявляється застосування методу сходження від абстрактного до конкретного, що передбачає науковий перехід від пізнання найпростіших економічних явищ і процесів до складніших, а від них – до ще складніших за умови утримання останніми у діалектично знятому вигляді змісту попередніх категорій [48, с. 336].

Важливою умовою сходження від абстрактного до конкретного є попереднє уявлення про загальні риси об'єкта дослідження, його сутність. Воно втілюється у принципі збігу початку дослідження та його результату і принципу розвитку. Згідно з ним слід насамперед визначити не те, яким повинен бути об'єкт дослідження, щоб наблизитися до вирішення існуючої проблеми (рівень наявного матеріалу на початковому етапі дослідження не дає змогу це зробити), а те,

яким він не повинен бути, яким не може бути [215, с. 59]. Наприклад, ми ставимо перед собою завдання обґрунтувати модель системи державного регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі. При цьому розуміємо, що державне втручання у цю сферу не повинно нейтралізувати стимулюючу функцію конкуренції, суперечити вимогам Світової організації торгівлі, не може, зважаючи на вітчизняні особливості, повністю копіювати кількісні та якісні параметри аналогічних систем у зарубіжних країнах.

Вивчення конкурентних відносин передбачає встановлення їх характеристик, особливостей прояву в тій чи іншій галузі, впливу на учасників ринку. Вимірювання окремих параметрів ринкової конкуренції передбачає використання спеціальних прийомів дослідження. Перш ніж перейти до їх розгляду, слід дати відповідь на питання: якими термінами можна охарактеризувати протікання процесів економічної конкуренції та яким змістом вони наповнені? Незважаючи на те, що вислови “конкуренція посилилася” чи “рівень конкуренції зріс” тощо є широкоживаними, однозначних поглядів на їх трактування немає.

Зокрема, Г. Азоєв (а за ним – і деякі інші автори) під інтенсивністю конкуренції розуміють ступінь протидії конкурентів у боротьбі за споживачів і ринкові ніші [3, с. 38; 103, с. 53; 123, с. 238 та ін.], тобто ідентифікують її з діями (реакцією) підприємств-конкурентів. Інші автори поділяють позицію Ж.-Ж. Ламбена, що інтенсивність конкуренції характеризує рівень взаємозалежності конкурентів [201, с. 127; 217, с. 145]. Зокрема, Р. Фатхутдінов для характеристики ринку використовує термін “сила конкуренції”, пов’язуючи його зі станом ринку, змінами, які відбуваються на ньому, тобто з ринковим середовищем [216, с. 18]. Натомість В. Нижник і М. Ніколайчук вживають термін “рівень конкуренції”, який, на їх думку, визначається елементами конкурентного середовища [124, с. 345]. Досить часто автори довільно використовують терміни “рівень конкуренції”, “інтенсивність конкуренції”, взагалі не висловлюючи певної думки щодо їх змісту.

Ґрунтовно до розгляду цього питання підійшов С. Савчук. Він запропонував термін “тиск конкуренції”, позначаючи ним вплив (негативний) конкурентного середовища на певного суб’єкта економіки [179, с. 273]. Реакція суб’єкта на цей тиск може бути пасивною й активною. Пасивна супроводжується зміною ринкових цін, обсягів реалізації продукції, а отже ринкових часток окремих підприємств. У ре-

зультаті відбуваються зміни в розподілі ринку. З іншого боку, у відповідь на негативний вплив конкурентів підприємство докладає певні зусилля для подолання його наслідків. Воно може намагатися знизити виробничі витрати, підвищити якість продукції, змінити її асортимент, посилити рекламну кампанію тощо, й у цьому проявляється його активна реакція. Інтенсивність цих дій пропонується розглядати як одну з характеристик економіки [179, с. 281].

Поділяючи у принципі погляди С. Савчука, вважаємо за можливе розглядати окремо поняття “рівень (інтенсивність) конкуренції” та “інтенсивність конкурентної боротьби”. Рівень конкуренції характеризує вплив (тиск) конкурентного середовища на суб’єктів ринку, що змушує їх здійснювати ті чи інші дії. Однак здійснюючи певні дії, суб’єкти змінюють саме середовище. Отож, індикаторами, що використовуються для вимірювання інтенсивності конкуренції, можуть виступати дві групи показників: стану конкурентного середовища та результатів економічного суперництва. Перші характеризують чинники, що впливають на перебіг економічної конкуренції, другі – їх наслідки. Слід підкреслити, що до останніх відносимо не результати діяльності окремих суб’єктів, а характеристики середовища загалом. Їх можна передати узагальнюючими результатами господарської діяльності сукупності суб’єктів-конкурентів, відображенням цих результатів у ринковій кон’юнктурі [264, с. 219].

Інтенсивність конкурентної боротьби характеризує активність (зусилля) суб’єктів економічного суперництва у протистоянні тиску конкурентного середовища, масштаби здійснюваних ними дій. Їх пропонується вимірювати витратами підприємства на види діяльності, що асоціюються зі здобуттям конкурентних переваг, а також змінами в асортименті продукції, організації та технологіях її виробництва, що також можуть бути відображені кількісними параметрами. Оскільки йдеться не про конкурентну стратегію окремого підприємства, а про інтенсивність конкурентної боротьби в певній галузі (сфері економіки) чи на певному сегменті ринку, відповідні показники також повинні бути узагальнюючими, тобто відображати інтегрований результат дій сукупності суб’єктів.

В арсеналі теорії конкуренції є показники, які характеризують стан ринку через показники його розподілу між конкурентами: часткові показники концентрації ринку, індекси Херфіндаля-Хіршмана, Розенблюта, Лінда, коефіцієнт Джині, показник ентропії тощо

(дод. Б). Значення цих показників залежить від кількості представлених на ринку підприємств і часток ринку окремих із них. Чимало авторів вважають за можливе використовувати їх і для характеристики рівня (інтенсивності) конкуренції. Вони виходять з того, що ринкова частка підприємства відображає ступінь його домінування, можливість впливати на кон'юнктуру ринку, а отже на перебіг конкурентної боротьби.

Наведені в дод. Б показники у той чи інший спосіб відображають рівень концентрації (монополізації) ринку. Їх тлумачення базується на припущенні, що найвищий рівень конкуренції спостерігається тоді, коли сили учасників ринку приблизно рівні, тобто приблизно рівні їх ринкові частки. За таких умов у конкурентів більше стимулів і можливостей поліпшити свої ринкові позиції, зокрема, в аутсайдерів – скоротити відставання, а в лідерів – зміцнити своє становище. Вважається, що у разі збільшення розриву між конкурентами у два і більше разів прагнення до конкурентної боротьби згасає [42, с. 59; 179, с. 348]. Отже, збільшення концентрації ринку, яке на практиці означає підвищення його монополізації, призводить до зниження рівня конкуренції, переважно за рахунок зменшення конкурентного тиску на лідерів галузі, які займають монопольне становище.

Наведені викладки підводять і до іншого висновку: зі збільшенням кількості представлених на ринку суб'єктів конкуренція між ними посилюється [216, с. 20]. Він впливає не тільки з інтерпретації результатів математичних розрахунків за окремими з наведених у дод. Б формул, а й базується на такому умовиводі: поява на ринку ще одного суб'єкта змушує інших суб'єктів рахуватися з його присутністю, загострює боротьбу за розподіл ринку, адже в ній бере участь більша кількість учасників. Зростання кількості присутніх на ринку підприємств підвищує ймовірність застосування новацій, збагачує арсенал інструментів конкурентної боротьби.

Однак погоджуємося з авторами, які зазначають, що твердження про прямий зв'язок між кількістю підприємств на ринку та інтенсивністю конкуренції важко сприйняти як аксіому [182]. Воно, зокрема, входить у протиріччя з розглянутою нами гіпотезою Шумпетера, згідно з якою найзапекліше економічне суперництво має місце за олігополістичної конкуренції, коли кількість учасників ринку порівняно невелика. Натомість на ринках монополістичної й досконалої конку-

ренції, де кількість учасників досить велика, поява ще одного суб'єкта може взагалі залишитися непоміченою.

Кількість підприємств є лише одним із сукупності чинників, що впливають на рівень конкуренції, і його значущість на різних типах ринків неоднакова. Залежність між розглядуваними ознаками не є лінійною. Зі збільшенням кількості суб'єктів на олігополістичному ринку зміна середовища, а отже, і його впливу значно помітніша, ніж на ринку монополістичної чи досконалої конкуренції. Цілком згідні з С. Савчуком, який зазначає, що неправомірно використовувати одні й ті самі числові орієнтири в процесі прийняття управлінських рішень для характеристики рівня концентрації виробництва на ринках зі суттєво різною кількістю діючих на них підприємств [179, с. 360].

Використання показників, що характеризують розподіл ринку між конкурентами, передбачає географічне окреслення сегмента ринку, стосовно якого проводяться відповідні дослідження. Залежно від цього буде виділена кількість підприємств, що функціонують на одному сегменті та є безпосередніми конкурентами. Розглянемо особливості окреслення сегментів, на яких конкурують сільськогосподарські підприємства.

Традиційно для визначення рівня монополізації ринку сегментація здійснюється, виходячи з поведінки покупців. Географічно сегмент визначається мобільністю покупця. Здебільшого сільськогосподарські підприємства виробляють кілька видів продукції, які реалізуються на різних сегментах. Якщо, наприклад, воно виробляє плодощовочеву продукцію, яка надходить на міський продовольчий ринок, то географічним сегментом виступає відповідний населений пункт, а конкурентами на ньому – всі постачальники (продавці) аналогічної продукції. Сегмент ринку сировинної сільськогосподарської продукції (молока, цукрових буряків, зерна тощо) мав би окреслюватися географією сировинної зони відповідного переробного підприємства. Ця зона досить рідко співпадає з межами адміністративних територій – районів, областей, в окремі роки її розмір може помітно змінюватися.

Наведемо інший приклад, який ілюструє труднощі окреслення сегмента ринку сільськогосподарської продукції. Як відомо, інтереси вітчизняних агровиробників зачіпає закупівля окремими м'ясопереробними підприємствами низькоякісного, але дешевого м'яса за кордоном. Залишаючи наразі поза увагою соціально-економічні аспекти цього явища, зазначимо, що конкретний сегмент ринку, на якому то-

читься конкуренція між виробниками яловичини і свинини, представляють вітчизняні виробники продукції м'ясного скотарства і свинарства, що входять у сировинну зону відповідного м'ясопереробного підприємства, та зарубіжний продавець сировини.

Як зазначалося, у переважній більшості випадків аграрні ринки сільськогосподарської продукції характеризуються монополістичною чи досконалою конкуренцією. Загальна кількість суб'єктів на сегментах таких ринків зазвичай велика, на найбільших виробників досить рідко припадає бодай 5-10% обігу цих сегментів. Отож, практична потреба в розрахунку наведених в дод. Б показників для характеристики рівня конкуренції на аграрних ринках зустрічається рідко. Тому не такими актуальними видаються труднощі з визначенням цих показників чи їх тлумаченням в дослідженні конкуренції на аграрних ринках. Тим більшою є потреба у використанні інших показників, що характеризують рівень економічної конкуренції за участю сільськогосподарських товаровиробників. У багатьох публікаціях розглядається доцільність використання з цією метою показників рентабельності. Вона обґрунтовується таким твердженням. Для ринку з високою рентабельністю співвідношення попиту і пропозиції складається на користь виробників, які й отримують можливість збільшувати свої прибутки. При цьому тиск конкурентного середовища на виробників знижується. Отже, чим вища рентабельність, тим нижча інтенсивність конкуренції на відповідному сегменті ринку, й навпаки [264, с. 220].

Для оцінки домінування підприємства на ринку пропонується використовувати коефіцієнт Лернера (L) [3, с. 44]:

$$L = \frac{C - E}{C}, \quad (1.1)$$

де C – ціна товару; E – граничні питомі витрати на виробництво й реалізацію одиниці товару.

Враховавши в цьому виразі результати діяльності всіх представлених на ринку підприємств, отримаємо відношення їх прибутку до обсягу продажу на ринку – рентабельність продажу (рентабельність ринку – Pp). Оскільки зв'язок між рентабельністю та інтенсивністю конкуренції зворотний, пропонується така формула:

$$U_p = 1 - Pp, \quad (1.2)$$

де U_p – показник інтенсивності конкуренції, що враховує рентабельність ринку.

Практична значущість показника (1.2) проявляється й у тому, що він відображає результати конкурентної боротьби не тільки між виробниками, а й між виробниками (продавцями) та покупцями – всередині ланцюга створення цінностей, що особливо актуально для дослідження конкуренції в аграрному секторі.

Для визначення показників рентабельності в сільському господарстві можна враховувати й обсяги бюджетної підтримки галузі, інші трансфертні платежі. Це не перешкоджає використанню показників рентабельності для відображення рівня (інтенсивності) конкуренції, адже здійснювана державою аграрна політика є складовим елементом конкурентного середовища, вплив якого на виробників й потрібно відобразити.

Показник рентабельності є статичною оцінкою рівня конкуренції в певний момент часу. Притік інвестицій у потенційно привабливу галузь зумовлює збільшення пропозиції, що за незмінного попиту призводить до зниження рентабельності й загострення економічного суперництва між виробниками. Варіація показників рентабельності окремих видів продукції характеризує коливання рівня конкуренції на відповідних ринках.

Одним з основних чинників, які впливають на рівень конкуренції, є темпи зростання ринку. Помітний ріст обсягів продажу на ринку свідчить про перевищення попиту над пропозицією. При цьому збільшення частки ринку, що належить окремим підприємствам, здійснюється не за рахунок зачіпання інтересів окремих виробників, а завдяки задоволенню приросту попиту. Отже, зі зростанням ринку рівень конкуренції знижується.

Цілковито протилежні явища спостерігаємо під час зменшення ринкового попиту, у разі згорання ринку. Негативний тиск конкурентного середовища на суб'єктів ринку різко посилюється. Зменшити втрати окремі з них можуть лише за рахунок своїх конкурентів. Тому в умовах складного, стагнуючого чи нестабільного ринку рівень конкуренції зростає.

Отже, на основі зміни обсягів ринку пропонується оцінювати зміну рівня конкуренції на ньому. Для цього рекомендується враховувати не натуральні, а вартісні показники обсягів продажу. Зокрема, зменшення обсягів продажу окремих видів рослинницької продукції може бути пов'язане з неврожаєм, а не зі зниженням попиту. У результаті зростають ціни на продукцію, внаслідок чого загальний об-

сяг ринкового товарообігу може навіть зрости, що, безумовно, свідчатиме про зниження рівня конкуренції.

В економічній літературі розглядається методика практичного врахування темпів зміни ринку для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції (дод. В). Та якщо сам факт існування залежності між коливаннями ринкового товарообігу й зміною рівня конкуренції не викликає заперечень, то практичне застосування запропонованих формул піддається критиці через недостатню аргументованість окремих закладених у них граничних значень [179, с. 350; 186, с. 23].

Повернемося до питання про окреслення сегмента ринку, стосовно якого проводяться дослідження. Географічна прив'язка сегмента ринку до сфери, на яку поширюються дії покупця (зокрема, ототожнення окремих сегментів із сировинною зоною переробного підприємства), необхідна для об'єктивного визначення ринкових часток окремих виробників. Та коли ми досліджуємо рівень конкуренції на основі критеріїв рентабельності, зростання ринку чи зміни інших показників господарської діяльності підприємств, про які йтиметься далі, інформаційною базою дослідження можуть слугувати статистичні матеріали в розрізі адміністративних територій, що значно полегшує їх збирання й опрацювання. Тут погоджуємося з І. Смоліним, який зазначає, що географічна розмірність досліджуваного сегмента ринку залежить від бажаного ступеня повноти аналізу конкуренції [186, с. 26].

Розподіл ринкових часток, рентабельність діяльності підприємств на ринку, темпи його росту вважаються найбільш інформаційними параметрами, які рекомендується аналізувати під час дослідження рівня конкуренції [3; 119, с. 345; 179, с. 354; 186, с. 18 та ін.]. У цих параметрах інтегрований вплив багатьох інших чинників, що формують ринкове середовище, серед яких: кількість підприємств на певному сегменті ринку, обсяг пропозиції, ціни та якість пропонованої продукції, обсяг сукупного попиту, особливості поведінки споживачів (еластичність попиту), природно-кліматичні умови (актуально для аграрних ринків), формальні й неформальні інституційні чинники та ін. Поглиблене дослідження окремих аспектів конкурентних відносин зумовлює необхідність врахування дії й цих чинників з використанням спеціальних економічних методів.

Аналіз лише чинникових показників не дає достатньо повної картини про характер економічної конкуренції на окремих ринках.

Слід брати до уваги й показники результатів господарської діяльності підприємств, які можуть виступати індикаторами впливу конкурентного середовища на них. Зокрема, тиск конкурентного середовища в галузі характеризує частка підприємств, що припинили свою діяльність, змінили власника.

Кожне підприємство є учасником кількох різних видів економічної конкуренції, які неоднаково позначаються на результатах його діяльності. Окремим видам конкуренції відповідає своє конкурентне середовище. Для дослідження особливостей їх прояву в аграрному секторі рекомендуємо застосовувати відхилення показників діяльності сільськогосподарських виробників.

Особливістю економічного суперництва в аграрному секторі є внутрігалузева конкуренція між сільськогосподарським підприємствами й господарствами населення. Її результати характеризує перерозподіл сільськогосподарських угідь між цими категоріями виробників, зміна часток підприємств і господарств населення в загальному обсязі виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції. Темпами перерозподілу угідь та зміни питомої ваги окремих категорій виробників у загальному обсязі виробництва продукції можна виміряти рівень зазначеного виду конкуренції в окремі періоди [264, с. 221].

За результатами аналізу плати за оренду 1 га сільськогосподарських угідь встановлюємо характер суперництва за право користування земельними ресурсам в аграрному секторі. Розмір орендної плати рекомендується порівнювати з мінімальними допустимими показниками, показниками базисного періоду (визначати темпи росту). За відносними величинами порівняння, темпами зростання, зміною частки орендної плати в загальній структурі витрат на основне виробництво сільськогосподарських підприємств пропонуємо оцінювати рівень конкуренції за право оренди угідь. Цей рівень на локальному рівні (U_{Op}) може бути виміряний таким чином:

$$U_{Op} = \begin{cases} 1 - \frac{OP_{min}}{OP}; & OP > OP_{min} \\ 0; & OP < OP_{min} \end{cases} \quad (1.3)$$

де OP – фактична плата за оренду 1 га сільськогосподарських угідь в регіоні (у відсотках до його грошової оцінки); OP_{min} – мінімальна плата за оренду 1 га угідь, визначена чинним законодавством.

Рівень конкуренції вимірюватиметься коефіцієнтом, що змінюється від 0 до 1. Якщо фактична орендна плата нижча (що нерідко має місце) чи рівна мінімальній, конкуренція за право оренди земельних паїв практично відсутня. З розвитком конкурентних відносин у сфері оренди земельних паїв накопичується інформація, на основі якої можна буде сформулювати граничні параметри для характеристики різних рівнів конкуренції – високого, середнього, низького. Тепер використання зазначеного коефіцієнта дає змогу встановити зміну цього рівня чи порівняти його в різних регіонах.

Сільськогосподарським підприємствам доводиться конкурувати не тільки з господарствами населення, а й із зарубіжним виробниками, продукція яких присутня на вітчизняному агропродовольчому ринку. Погоджуємося із С. Савчуком, що тиск з боку зовнішніх конкурентів може бути оцінений через втрату підприємствами галузі прибутку в умовах конкурування з ними порівняно з умовами, за яких тиск зовнішньої конкуренції відсутній [179, с. 469]. Виходячи з цього, рівень міжнародної конкуренції (U_M) на внутрішніх ринках окремих видів сільськогосподарської продукції може бути оцінений наступним чином:

$$U_M = \begin{cases} 1 - \frac{V}{V_0}; & V > 0 \\ 1; & V \leq 0 \end{cases} \quad (1.4)$$

де V – сумарний фактичний прибуток сільськогосподарських підприємств від реалізації продукції; V_0 – прибуток від реалізації продукції, який могли б отримати сільськогосподарські підприємства у разі відсутності зовнішніх конкурентів.

Якщо виробництво певного виду продукції є для підприємств нерентабельним ($V \leq 0$), рівень конкуренції сягає максимуму, хоча слід уточнити дійсні причини збитковості галузі. Вона може бути зумовлена не міжнародною конкуренцією, а внутрішніми причинами.

Для визначення ймовірного обсягу прибутку, який могли б отримати вітчизняні сільськогосподарські підприємства, слід оцінити зменшення обсягів реалізації ними продукції та зниження закупівельних цін через присутність на вітчизняному ринку зарубіжних виробників. Зменшення обсягу реалізації продукції підприємствами може бути встановлене на основі обсягів імпорту. При його визначенні по-

трібно враховувати частку сільськогосподарських підприємств у товарній продукції вітчизняного виробництва.

Щодо встановлення впливу цінового чинника найпростішим є випадок, коли вітчизняним виробникам доводиться погоджуватися на ціни імпортованої продукції. Однак у чистому вигляді він зустрічається не завжди. Тоді пропонується використовувати оцінки експертів, брати до уваги коефіцієнти еластичності пропозиції окремих видів продукції за ціною, обчислені в попередні періоди.

Як зазначено, використовувані для характеристики рівня конкуренції показники рентабельності відображають також суперництво між продавцями й покупцями. Іншим індикатором цього суперництва є коефіцієнт, що порівнює темпи зміни цін на продукцію окремих суб'єктів ланцюга створення цінності. Зокрема, рекомендуємо порівнювати динаміку цін на продукцію виробників промислових товарів для аграрного сектора і сільськогосподарських виробників, продукцію сільськогосподарських виробників і переробних підприємств. Чим більшим є розходження в темпах зростання цін, тим сильніший негативний тиск конкурентного середовища на того суб'єкта, ціни на продукцію якого зростають повільніше. Запропонований коефіцієнт координації придатний для оцінки лише зміни рівня конкуренції, а не його абсолютної величини.

Доповнюють характеристики рівня конкуренції показники інтенсивності конкурентної боротьби, які, як зазначено, відображають активність підприємства у намаганні протистояти тиску конкурентного середовища. Ця активність може бути відображена витратами на діяльність, що асоціюється з конкурентною боротьбою: видатками маркетингового характеру, на запровадження інновацій, удосконалення технологій та ін.

Стосовно аграрних підприємств інтенсивність конкурентної боротьби можуть відображати показники рівня інтенсивності сільськогосподарського виробництва, які показують обсяг виробничих витрат або витрат окремих видів ресурсів на одиницю площі угідь чи поголів'я тварин. Підвищення рівня інтенсивності, як відомо, дозволяє сподіватися на додатковий економічний ефект та підвищення економічної ефективності виробництва. Управлінське рішення про збільшення, наприклад, внесення мінеральних добрив на одиницю посівної площі може бути зумовлене підставами, які, на перший погляд, далекі від конкурентних відносин, принаймні такі асоціації в думках

керівників аграрного підприємства можуть бути відсутні. Незважаючи на це, таке рішення можна вважати сформульованим під впливом конкурентного середовища.

Зокрема, додаткове внесення добрив має на меті підвищення урожайності культури, що дасть змогу знизити собівартість продукції. Специфіка аграрних ринків така, що зниження собівартості є елементом поведінки сільськогосподарських виробників в умовах монополії, коли відсутня можливість диверсифікувати товар за ціною. Отже, підвищення рівня інтенсифікації виробництва є результатом впливу на підприємство конкурентного середовища, характерного для аграрного ринку.

Кожен із розглянутих критеріїв відображає лише один із багатьох аспектів конкурентних відносин. В одних випадках рівень окремого виду конкуренції можна досить об'єктивно оцінити певним показником – індексом, коефіцієнтом. В інших, провівши відповідні розрахунки, можна лише дійти висновку про підвищення чи зниження цього рівня під впливом тих чи інших обставин [264, с. 223].

Дискусійним є питання про можливість використання універсального показника рівня конкуренції, який узагальнював би особливості прояву окремих її видів. Зустрічаються пропозиції щодо використання для цього середніх геометричних величин, агрегатних індексів чи інших конструкцій, які, однак, викликають чимало зауважень щодо їх об'єктивності.

Накопичений емпіричний матеріал не дає змоги сьогодні запропонувати алгоритм узагальнюючого показника рівня конкуренції у вітчизняній економіці, який сприймався би без суттєвих заперечень. Утім, вважаємо, у такому показникові немає нагальної потреби. Практичне значення має встановлення особливостей протікання окремих видів конкурентних відносин, що дасть змогу прийняти обґрунтовані рішення про стратегію розвитку підприємства чи контроль за ситуацією в галузі.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Сутність категорії “конкурентоспроможність”

Участь суб’єктів господарської діяльності в конкурентних відносинах може призвести до різних результатів – від завоювання лідерських позицій на ринку до банкрутства. Тому економістів давно цікавить питання: завдяки яким обставинам, у результаті яких дій можна досягти успіху в економічному суперництві з конкурентами? Найуживанішим терміном, який використовується для оцінки шансів певного суб’єкта в цьому змаганні є “конкурентоспроможність”.

В економічній літературі існують найрізноманітніші визначення цього поняття. Як справедливо зазначає Б. Пасхавер, конкурентоздатність (конкурентоспроможність) суб’єкта виробництва або його продукції – багатогранне поняття, яке, залежно від кута зору, може мати різні визначення і різні критерії виміру [140, с. 78]. Нерідко в запропонованих формулюваннях помітний вплив галузевої специфіки, і вони не можуть бути без застереження прийняті для характеристики ситуації в інших галузях економіки. Українські дослідники зазначають, що часом визначення конкурентоспроможності суперечать одне одному [82, с. 7]. Розуміння сутності досліджуваної дефініції має не тільки технічне, а й принципове методологічне значення під час дослідження конкурентних відносин.

Насамперед викладемо власне ставлення до вживання в україномовній економічній літературі двох термінів – “конкурентоспроможність” (найуживаніший) і “конкурентоздатність”. Окремі автори намагаються знайти відмінності між цими поняттями [49, с. 297; 73, с. 76; 231, с. 20], однак ми вважаємо, що вони – синоніми. При цьому опираємося на думку фахівців-лінгвістів [23, с. 448]. Аргументом є й використання в російській науковій лексиці лише одного терміна – “конкурентоспособность”.

Одним із дискусійних моментів, які не знаходять однозначного тлумачення у висвітленні поняття “конкурентоспроможність”, є визначення об’єкта, стосовно якого цей термін можна використовувати.

У сучасному науковому лексиконі міцно вкорінилися поняття “конкурентоспроможність товару”, “конкурентоспроможність підприємства”, “конкурентоспроможність країни (національної економіки)”, все частіше вживають вислови “конкурентоспроможність галузі”, “конкурентоспроможність регіону” та деякі інші. Постає запитання: це принципово відмінні терміни чи різні форми прояву одного явища?

Одні автори дають загальне визначення конкурентоспроможності [13, с. 457; 59, с. 17; 217, с. 120; 243, с. 309], інші – різні визначення, дотримуючись думки, що конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, регіону, національної економіки – це різні об’єкти [51, с. 15; 78, с. 39] або рівні її прояву [83, с. 52; 109, с. 237], вживання поняття у вузькому й широкому значенні [122, с. 5].

Натомість І. Смолін [186, с. 58], С. Савчук [179, с. 133], А. Шпанко [237, с. 48], деякі інші автори вважають, що конкурентоспроможність у науковому розумінні цього терміна може стосуватися лише підприємства як колективу працівників, яке здатне діяти, брати участь у конкурентній боротьбі. А оскільки товар (продукт) не має здатності безпосередньо конкурувати, стосовно нього пропонується вживати термін “конкурентопридатний” [187, с. 169]. Дослідник конкурентних відносин Л. Піддубна, критично оцінюючи надмірно широке вживання означення “конкурентоспроможний” щодо найрізноманітніших понять [143, с. 50-51], розглядає поняття конкурентоспроможності економічної системи [143, с. 87], яке стосується насамперед підприємств.

Водночас у багатьох публікаціях їх автори розглядають лише поняття конкурентоспроможності товару чи конкурентоспроможності підприємства, не ставлячи перед собою завдання вступати в дискусію щодо можливості чи порядку використання цього терміна в комбінації з різними об’єктами.

Вважаємо, кожен із перелічених термінів має право на існування. Центральне місце серед них повинно займати поняття “конкурентоспроможність підприємства”, адже саме підприємство (виробник) є основним ринковим суб’єктом, який безпосередньо веде конкурентну боротьбу [260, с. 60]. Поняття “конкурентоспроможність товару” і “конкурентоспроможність галузі” слід вважати похідними, у них розкриваються окремі сторони конкурентних відносин. Суть термінів “конкурентоспроможність регіону” і “конкурентоспроможність наці-

ональної економіки” переважно визначають, виходячи з функцій, які покладаються на державу, регіональні органи влади у проведенні ними економічної політики.

В економічній літературі зустрічаються десятки принципово відмінних трактувань поняття “конкурентоспроможність підприємства”. Ґрунтовну роботу провела Н.П. Тарнавська, яка, опрацювавши значну кількість визначень, класифікувала їх у 8 груп залежно від поглядів різних авторів на ті чи інші аспекти досліджуваної дефініції, використовуваних ними критеріїв оцінки тощо [201, с. 78-95].

На нашу думку, серед розмаїтості визначень поняття конкурентоспроможності підприємства можна виділити кілька основних підходів, які відображають принципові відмінності в позиціях окремих авторів:

1. Спрощений, який буквально вказує на наявність у підприємства властивостей (на його здатність) досягти успіху в конкурентній боротьбі [34, с. 33; 127, с. 88; 186, с. 195; 237, с. 46 та ін.]. Таке трактування у принципі має право на існування, передаючи певне смислове навантаження. З іншого боку, небезпідставним є твердження Л. Піддубної, що конструкція “конкурентоспроможність – це спроможність підприємства до конкуренції” є механістичною, не здатною повноцінно відобразити суть явища [143, с. 31].

2. Продуктивний, який вказує на спроможність підприємства виробляти і продавати з вигодою для себе продукцію (товар). Класичним його прикладом є визначення, запропоноване швейцарською дослідницькою організацією *European Management Forum*: під конкурентоспроможністю розуміється “реальна і потенційна спроможність компаній проектувати, виготовляти і збувати в тих умовах, у яких їм доводиться діяти, товари, які за ціновими й неціновими характеристиками в комплексі привабливіші для споживачів, ніж товари конкурентів” [78, с. 48].

3. Ринковий, який свідчить про здатність підприємства утримати (зміцнити) свої ринкові позиції, вести суперництво за попит споживачів [5, с. 3; 29, с. 39; 64, с. 107; 84, с. 46; 88, с. 14; 137, с. 12; 192, с. 66, 230, с. 12]. Натомість В. Чернега пропонує характеризувати можливість підприємства втримати свою нішу та/або розширити її терміном “конкурентостійкість” [231, с. 20].

4. Цільовий, у якому на перший план виступає основна мета (ціль) підприємства – ефективно функціонувати, отримуючи прибу-

ток [51, с. 15; 78, с. 46; 143, с. 87, 170, с. 62;]. Конкурентоспроможність підприємства при цьому визначається результатами його діяльності у сфері бізнесу.

Іноді у визначенні вказується й шлях до досягнення мети. Наприклад, В. Пантелеєв характеризує конкурентоспроможність підприємства як наявність у нього ресурсів, які обумовлюють його здатність до ефективної діяльності [138, с. 11]. За твердженням П. Пуцентейла, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що відображає стратегію його розвитку в умовах функціонування змін навколишнього середовища [166, с. 40].

Використання вченими різних підходів можна пояснити, по-перше, теоретичною складністю, багатогранністю досліджуваної дефініції, а по-друге, різними практичними потребами у визначенні стратегії й тактики діяльності окремих підприємств.

На основі узагальнення різних підходів сформульовано власну думку: конкурентоспроможність підприємства – це його здатність здійснювати упродовж тривалого часу ефективну господарську діяльність, отримуючи прибутки від реалізації продукції на конкурентному ринку. Принциповими в цьому визначенні є такі моменти:

- конкурентоспроможність характеризує здатність підприємства стабільно функціонувати упродовж певного періоду, тобто відображає перспективи підприємства як економічної системи;
- успіх підприємства ґрунтується на виробництві ним продукції, яку воно здатне реалізувати з вигодою для себе;
- успіх досягається в конкурентній боротьбі, у змаганні з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, а отже, передбачає певну раціональну поведінку підприємства.

Запропоноване визначення аж ніяк не заперечує напрацювання інших авторів. Воно сформульоване, виходячи з тих методологічних підходів до забезпечення конкурентоспроможності підприємств, які ми передбачили розглянути.

У публікаціях зустрічаються спроби формулювання окремих видів поняття “конкурентоспроможність підприємства”. Тим самим їх автори намагаються показати часткові особливості конкурентоспроможності, специфіку їх прояву в певних ситуаціях. Виділимо пропозиції щодо класифікації конкурентоспроможності залежно від часового виміру. Зокрема, Т. Гринько, Т. Чечетова-Тетрашвілі виділяють конкурентоспроможність у минулому (на певну дату), поточну

та у перспективі [34, с. 11; 220, с. 83], І. Смолін – досягнуто, динамічну, поточну, потенційну [186, с. 60-61]. Деякі автори – Р. Фатхутдінов, І. Смолін, А. Шпанко – розглядають і поняття “стратегічна конкурентоспроможність”, пов’язуючи її зі здатністю конкурувати (отримувати конкурентні переваги над суперниками) в майбутньому [187, с. 174; 237, с. 45].

Оригінальною є пропозиція В.К. Збарського та М.А. Місевича виділяти поточну конкурентоспроможність підприємства як конкурентоспроможність його продукції та потенційну (ресурсну) – як можливість цього підприємства ефективно використовувати власний ресурсний потенціал з метою стабільно високого обсягу реалізації конкурентоспроможної товарної аграрної продукції [59, с. 34-35]. У подальшому автори пропонують об’єднати індикатори обох видів конкурентоспроможності в один загальний показник конкурентоспроможності великотоварного сільськогосподарського підприємства [59, с. 64].

Динамічність ринкової кон’юнктури та інших чинників, що впливають на результати діяльності підприємства, зумовлює постійні зміни характеристик, які визначають рівень його конкурентоспроможності. Вивчення цих змін – один з елементів методики аналізу конкурентоспроможності, а результати аналізу повинні використовуватися для обґрунтування стратегії розвитку підприємства. Враховуючи цю обставину, цікаве визначення конкурентоспроможності запропонував Ю. Іванов, трактуючи її як властивість виробничо-економічних систем (якими є підприємства) змінювати траєкторію руху чи намічений режим функціонування в процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку вже наявних чи створення нових конкурентних переваг [78, с. 45]. Зазначена в цьому визначенні здатність підприємства адаптуватися до мінливого середовища, вважаємо, є однією з ключових ознак його конкурентоспроможності.

Очевидно, конкурентоспроможність суб’єкта господарської діяльності в часі змінюється. Це пов’язано зі змінами в конкурентному середовищі та у внутрішніх можливостях підприємства. Оскільки за нашим визначенням конкурентоспроможність підприємства трактується як його здатність здійснювати ефективну діяльність упродовж тривалого часу, цю категорію слід розглядати насамперед як прогностичну оцінку стану об’єкта. Дотримуючись такої точки зору, варто

погодитися зі С. Савчуком, який термін “потенційна конкурентоспроможність” ототожнив зі словосполученням “потенційна потенція” [179, с. 308].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства пов’язується зі зміцненням його конкурентного потенціалу. Цей потенціал, у нашому розумінні, окреслює сукупність внутрішніх можливостей підприємства, які визначають його спроможність досягти цілей, передбачених поняттям “конкурентоспроможність”. Як зазначалося, результати, якими можна охарактеризувати досягнутий підприємством рівень конкурентоспроможності, окремі автори трактують по-різному, натомість щодо складових конкурентного потенціалу особливих дискусій не виникає.

Конкурентний потенціал визначається фінансовими, технічними, технологічними, природними, кадровими, маркетинговими ресурсами, які має у своєму розпорядженні підприємство, системою організації використання цих ресурсів. У принципі, конкурентний потенціал підприємства можна ототожнювати з його виробничим потенціалом у загальноприйнятому розумінні цього поняття. Особливість полягає в тому, що формування й використання цього потенціалу розглядають крізь призму конкурентних відносин, з точки зору забезпечення певного результату в конкурентному змаганні.

З окремими елементами ресурсного потенціалу пов’язане використання деякими авторами таких понять, як “фінансова конкурентоспроможність підприємства”, “маркетингова конкурентоспроможність”, “конкурентоспроможність персоналу підприємства” тощо. Використання таких термінів дає змогу передати окремі аспекти формування рівня конкурентоспроможності підприємства. Однак трактування цих конструкцій як автономних понять – окремих видів конкурентоспроможності підприємства видається нам спірним. Конкурентоспроможність є інтегральною характеристикою, яку не варто поділяти на види залежно від окремого ресурсу чи засобу, що задіяний в її формуванні.

Конкурентоспроможність товару вважаємо основною формою прояву конкурентоспроможності підприємства. Наведені в різних джерелах визначення [13, с. 457; 14, с. 13-14; 47, с. 816; 80, с. 16; 93, с. 23; 167, с. 162 та ін.] містять основні підходи, згідно з якими конкурентоспроможність товару:

- визначається сукупністю характеристик, які відображають здатність товару задовольняти вимоги споживачів;
- проявляється у здатності товару бути реалізованим на конкурентному ринку.

В окремих визначеннях акцентується увага на одному з цих підходів або охоплюються обидва. Враховуючи позиції різних авторів, встановлюємо: конкурентоспроможність товару визначається наявністю в нього характеристик, які здатні задовольнити вимоги споживачів, а отже – забезпечують можливість реалізації цього товару на ринку з вигодою для продавця (виробника).

Характеристиками товару, які визначають його здатність бути реалізованим на ринку, є сукупність споживчих властивостей (ознак, які цікавлять покупця) та ціна споживання, пов'язана з витратами на його придбання й використання. Однак високий рівень споживчих характеристик і відносно низька ціна ще не гарантують комерційного успіху. Останній значною мірою залежить і від маркетингових зусиль підприємства-виробника (продавця). Завдяки цим зусиллям комерційно успішним може виявитися товар, який за низкою споживчих характеристик суттєво поступається товарам-аналогам конкурентів, і навпаки, через відсутність ефективної системи збуту може не дійти до покупця товар з цілком задовільними характеристиками.

Система маркетингу є елементом конкурентного потенціалу підприємства, одним з інструментів, який воно використовує для формування рівня своєї конкурентоспроможності. Розмежування системи маркетингу й конкурентоспроможності товару як складових комерційного успіху означає, що конкурентоспроможність товару також виступає лише інструментом, засобом (хоча й дуже важливим) для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Поєднання в конкурентоспроможності товару рис інструменту, засобу (чинника) і форми прояву (результату) конкурентоспроможності підприємства свідчить про існування циклічних взаємозв'язків у системі “конкурентоспроможність товару – конкурентоспроможність підприємства”. Результат реалізації товару залежить від спроможності підприємства наділити його певними характеристиками, іміджем. У свою чергу від цього результату залежить спроможність підприємства до подальшого функціонування в умовах конкурентного середовища.

Розглядаючи поняття “конкурентоспроможність галузі”, слід погодитися з авторами, які зазначають, що галузь не є повноцінним суб’єктом конкурентних відносин, оскільки конкурують між собою та із зарубіжними виробниками окремі підприємства [80, с. 22]. Тому, вважаємо, це поняття можна розглядати у двох основних аспектах. У першому – як узагальнюючу характеристику спроможності вітчизняних виробників конкурувати із зарубіжними представниками тієї самої галузі (досягти успіху в міжнародній конкуренції). У другому – як спроможність цих виробників змагатися за доступ до ресурсів універсального використання, насамперед, інвестицій, а відтак і оборотних коштів, трудових ресурсів (досягти успіху в опосередкованій конкуренції).

У першому з розглядуваних аспектів успіх національних виробників визначається на основі порівняння характеристик їх товарів з окремими характеристиками товарів іноземних виробників. У дослідженні проблеми основна увага переноситься на аналіз конкурентоспроможності товарів.

Розглядаючи конкурентоспроможність галузі з точки зору її спроможності привернути увагу потенційних інвесторів, встановлюють здатність підприємств певної сфери економіки сприймати капітальні вкладення, забезпечувати їх окупність, приносити вигоду інвестору. Охарактеризувати цю здатність можна терміном “інвестиційна конкурентоспроможність галузі”. При цьому немає суттєвої різниці, йтиметься про галузь національної економіки чи вужче поняття, прив’язане до певного виду продукції. Якщо йдеться про галузі народного господарства, перед інвесторами стоїть питання: варто вкладати кошти в сільськогосподарське підприємство чи віддати перевагу іншій сфері економіки? Якщо ж розглядати окремі галузі сільського господарства, питання формулюється конкретніше й вужче – чи варто вкладати кошти в молочнотоварну ферму, вирощування цукрових буряків, ріпаку тощо?

Однак не можна зводити галузеву конкурентоспроможність до конкурентоспроможності окремих підрозділів підприємства. Цими підрозділами управляють з єдиного центру і вони зазвичай не ведуть між собою активної конкурентної боротьби, хоча окремі елементи суперництва між первинними трудовими колективами можуть іноді проявлятися. Якщо сільськогосподарське підприємство вирішило згорнути виробництво певного виду продукції й переорієнтуватися на

виробництво іншого, це елемент стратегії його розвитку, вибраний під впливом певних обставин, зокрема ринкової кон'юнктури. Натомість системна криза в певній сільськогосподарській галузі (наприклад, м'ясному скотарстві, льонарстві) за відносного збільшення обсягів виробництва інших видів аграрної продукції є не результатом економічного змагання на рівні підприємств, а різної інвестиційної привабливості окремих галузей.

Рівень конкурентоспроможності галузі визначається результатами функціонування конкретних підприємств, які повинні виробляти конкурентоспроможну продукцію, реалізовувати інвестиційні проекти. Це ще раз підтверджує висловлену тезу про центральне місце в ієрархії термінів конкурентоспроможності поняття “конкурентоспроможність підприємства”.

Поняття “конкурентоспроможність економіки країни” нерідко пов'язують з результатами участі національних виробників у міжнародній конкуренції. Однак, розглядаючи цю категорію, основну увагу слід звертати не тільки і не стільки на позиції національних товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках (це швидше індикатори галузевої конкуренції), скільки на стан економічної системи країни загалом, від якого залежать результати діяльності окремих виробників. Погоджуємося з авторами, які зазначають, що конкурентоспроможність національної економіки як економічну категорію характеризує стан суспільних відносин у державі щодо забезпечення умов стабільного підвищення ефективності національного виробництва, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту на основі розкриття національних конкурентних переваг і досягнення кращих, ніж у конкурентів, соціально-економічних параметрів [80, с. 13].

Показово, що згідно з прийнятим в ЄС підходом індикатором конкурентоспроможності економіки є не баланс імпорту чи експорту продукції, а рівень життя населення. Чинний упродовж тривалого часу проект Всесвітнього економічного форуму (*World Economic Forum*) визначає конкурентоспроможність національних економік як спроможність підтримувати високі темпи росту реального душевого доходу, що вимірюється темпами росту ВВП з розрахунку на душу населення. У щорічній доповіді форуму – Глобальному звіті про конкурентоспроможність подаються індекси конкурентоспроможності окремих країн. Їх розраховують як середньозважені з восьми субіндексів, що відображають вплив таких чинників, як відкритість еконо-

міки, фінанси, конкуренція, технологія, інфраструктура, менеджмент, праця, інституційне середовище [122, с. 5].

Товар, підприємство, галузь економіки, економіка країни – це об’єкти дослідження конкурентоспроможності. З урахуванням специфіки цих об’єктів сформовані категорії, які відображають результат конкурентних відносин на різних рівнях: на елементному (конкурентоспроможність товару), мікрорівні (конкурентоспроможність підприємства), мезорівні (конкурентоспроможність галузі), макрорівні (конкурентоспроможність національної економіки). Між зазначеними категоріями існує певний причинно-наслідковий зв’язок (рис. 2.1).

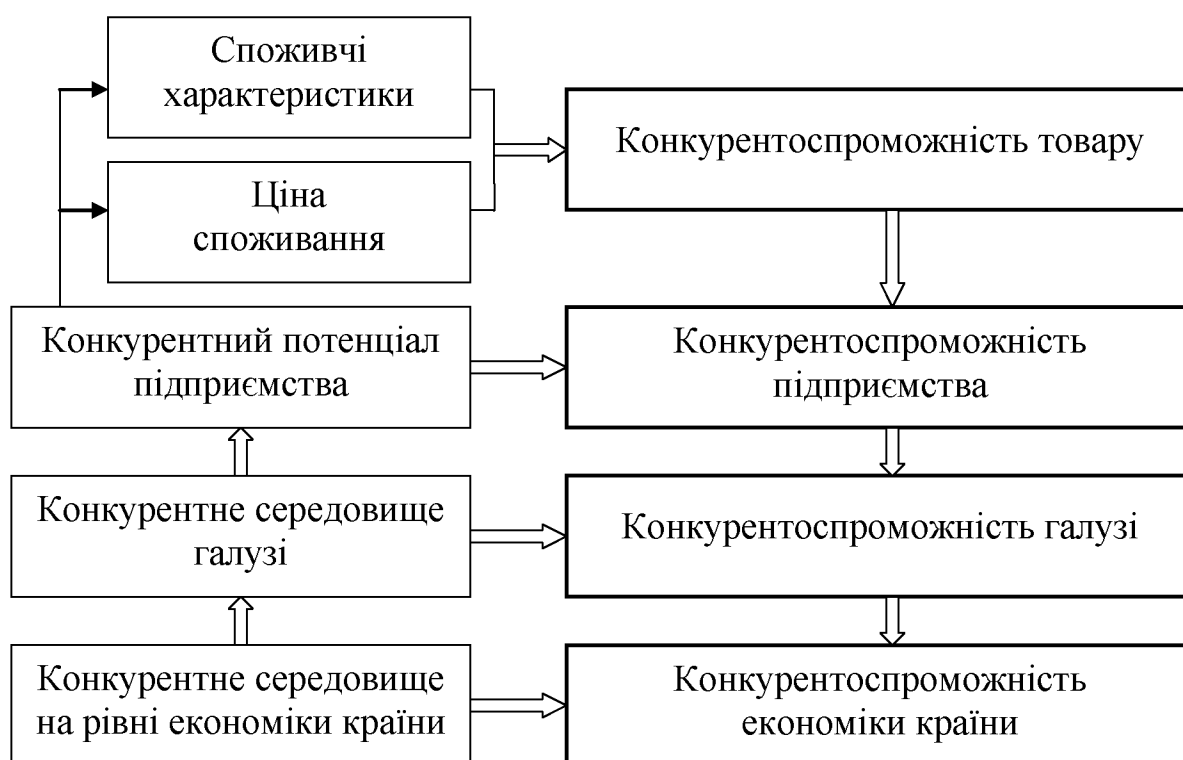


Рис. 2.1. Взаємозв’язок категорій конкурентоспроможності.

Особливість цього зв’язку проявляється в тому, що конкурентоспроможність об’єкта певного ієрархічного рівня є результатом прояву конкурентоспроможності об’єкта нижнього рівня й додаткових чинників екзогенного відносно об’єкта нижчого рівня характеру. Отож, конкурентоспроможність підприємства формує його конкурентний потенціал, конкурентоспроможність галузі та економіки країни – конкурентне середовище відповідного рівня. Сутність конкурентного середовища розглянута у першому розділі представленої монографії.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності в нього конкурентних переваг. Категорія “конкурентні переваги” є однією з основних у теорії конкурентних відносин. Саме з їх ідентифікації й почала зароджуватися ця теорія. Доводиться констатувати, що, як і більшість інших категорій, досліджувана дефініція не знаходить однозначного трактування в наукових публікаціях.

Міркування, висловлені різними авторами, можна звести до двох основних підходів. У них конкурентна перевага ототожнюється з:

- а) характеристиками товару, пропонованою споживачам цінністю;
- б) наявністю у виробника засобів (можливостей), здатних забезпечити йому перевагу над конкурентами.

Підставою для використання першого підходу є той факт, що успіх у конкурентній боротьбі проявляється на стадії реалізації продукції, через реакцію покупців на запропонований їм товар. Такий підхід особливо близький маркетологам. Зокрема, Ф. Котлер з колегами трактує розглядувану дефініцію як перевагу, “якої досягає суб’єкт над конкурентами шляхом пропозиції більшої цінності або за рахунок пропозиції товарів та послуг за нижчими, ніж у конкурента цінами, або за рахунок надання споживачам більших вигод, які в достатній мірі компенсують вищі ціни” [135, с. 417]. Окремі вітчизняні автори, дотримуючись цього підходу, пов’язують конкурентну перевагу з характеристиками товарів та/або зі специфічними умовами їх продажу [123, с. 219; 234, с. 89].

Значно частіше економісти прив’язують конкурентну перевагу до суб’єкта, який бере участь у конкурентній боротьбі. Вони пов’язують її з використанням ресурсів [21, с. 19], наявністю у підприємств унікальних характеристик – чинників [80, с. 59; 78, с. 56], компетентності [186, с. 195], відмінностей у видах діяльності, іміджі та оточенні [59, с. 87; 84, с. 160], з результатами діяльності фірми [8, с. 190; 77, с. 111], з її поведінкою на ринку [137, с. 37] тощо.

Спірною вважаємо позицію тих авторів, які пов’язують конкурентну перевагу з ознакою ексклюзивності, унікальності, винятковості. В окремих випадках вона дійсно має місце, насамперед стосовно товарів, які чимось помітно виділяються з-поміж продукції конкурентів. Однак важко віднайти ексклюзив серед товарів підприємств, які виробляють продукцію з уніфікованими характеристиками (це, зо-

крема, стосується сільськогосподарських підприємств). Досить рідко можна зустріти елементи винятковості серед виробничого потенціалу підприємств. Конкурентна перевага є відносною оцінкою, але вона не обов'язково повинна набувати крайніх значень.

Принципові відмінності простежуються в поглядах на спосіб формування конкурентних переваг. Відомий фахівець у сфері конкурентних відносин М. Портер подає конкурентну перевагу як інтегральний результат, у формуванні якого задіяні всі ресурси підприємства, його контакти з партнерами тощо [148, с. 623]. Вплив поглядів цього вченого простежується у визначеннях тих авторів, які ототожнюють конкурентну перевагу з кінцевими результатами діяльності підприємства, з характеристиками його товару. Водночас чимало авторів схильні ототожнювати конкурентну перевагу з окремими чи кількома чинниками, хоча здебільшого вони не акцентують на цьому увагу, а їх позиція впливає з контексту визначення. Доволі конкретно з цього приводу висловлюється С. Савчук, пропонуючи визначення “елементарної” конкурентної переваги як стану “елементарного” чинника конкурентоспроможності [179, с. 201]

Поділяючи погляди С. Савчука, опиратимемося на таке визначення: конкурентна перевага – це кращий, з точки зору результатів конкурентної боротьби, стан чинника конкурентоспроможності суб'єкта економічної діяльності порівняно зі станом цього чинника в його конкурентів. При цьому чинник конкурентоспроможності ми трактуємо як певну характеристику суб'єкта конкурентних відносин чи середовища, в якому він функціонує, що спроможна впливати на результат економічного суперництва.

Ототожнення конкурентної переваги з особливим станом чинника конкурентоспроможності має принципове методологічне значення. Воно дає змогу виявляти й оцінювати ті переваги чи проблеми, на які повинно звернути увагу підприємство, намагаючись підвищити рівень своєї конкурентоспроможності [272, с. 199].

Запропоноване тлумачення чинника конкурентоспроможності охоплює найрізноманітніші рушійні сили, умови, причини, які можуть впливати на результат конкурентних відносин. Це обумовлює доцільність їх класифікації, яка може бути здійснена за найрізноманітнішими ознаками. Як ключові серед них ми схильні виділити відношення чинника до відповідного суб'єкта господарювання та спроможність цього суб'єкта управляти ним (рис. 2.2.).

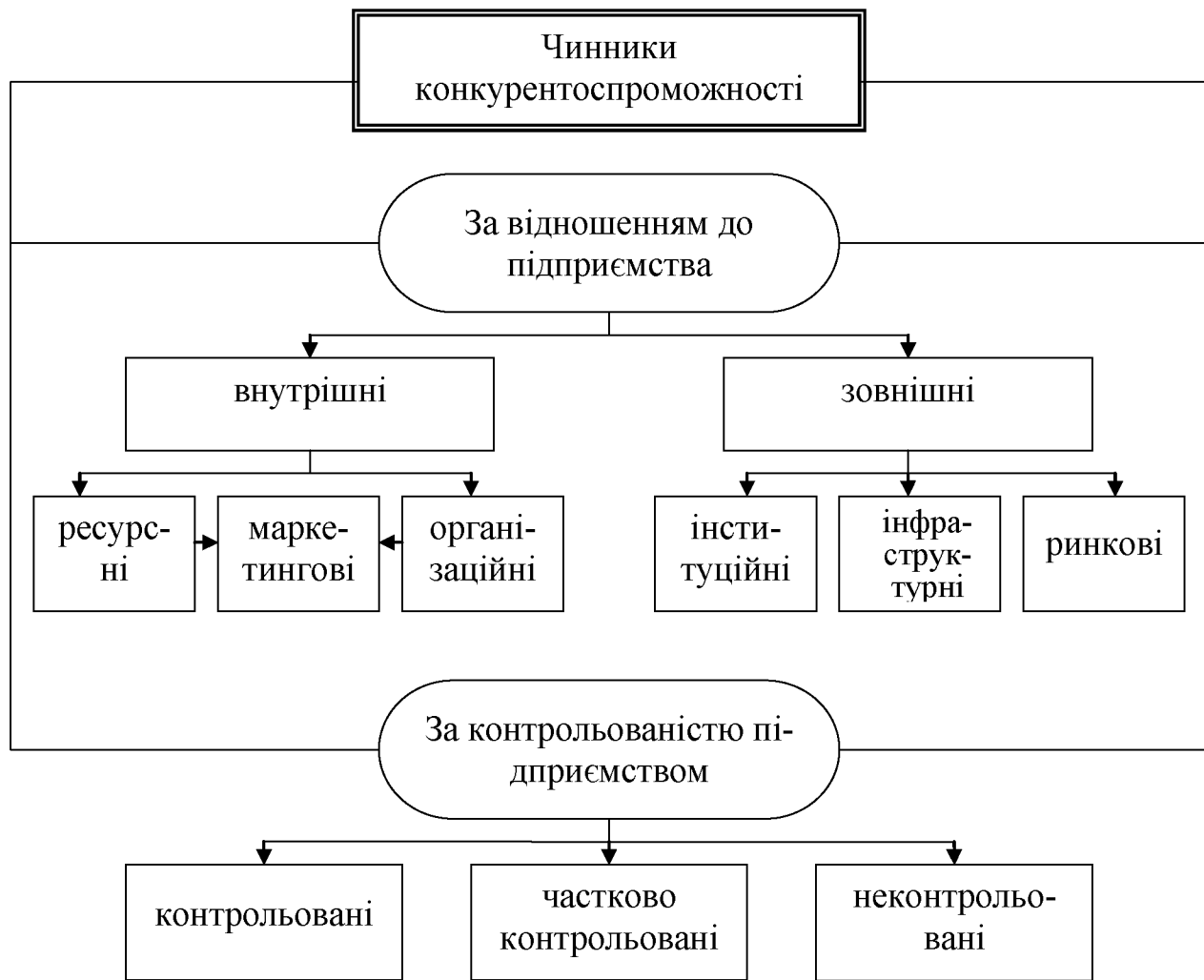


Рис. 2.2. Класифікація чинників конкурентоспроможності підприємства за ключовими ознаками.

Внутрішні чинники можна ототожнити з конкурентним потенціалом підприємства, суть якого розглядали раніше. До них належать ресурси підприємства та способи організації їх використання – система менеджменту, матеріального стимулювання, рівень концентрації виробництва, спеціалізація, принципи співпраці з партнерами тощо. Зважаючи на особливу роль системи реалізації товарів у формуванні конкурентоспроможності підприємства, серед внутрішніх чинників виділимо маркетингові. Одні з них належать до ресурсних (маркетингова служба підприємства, засоби, що є в її розпорядженні, здібності персоналу служби), інші – до організаційних (асортимент виробництва, система ціноутворення, особливості промоційної діяльності тощо).

Серед зовнішніх чинників вважаємо за доцільне виділити інституційні, інфраструктурні та ринкові.

Інституційні чинники формуються дією законів, норм, правил, які визначають умови функціонування певного суб'єкта економічної діяльності. Вони можуть мати чітку прив'язку до певної галузі, регіону чи відображати прояв інститутів, які регулюють процеси в усьому народному господарстві.

Результати функціонування підприємства залежать від рівня розвитку виробничої інфраструктури – сукупності установ та організацій, які обслуговують його діяльність. Серед них виділимо спеціалізовані об'єкти інфраструктури, що обслуговують певні галузі, ринки, й ті, що обслуговують ведення бізнесу загалом – банки, інвестиційні фонди, страхові компанії, аудиторські фірми тощо. Тому на формування конкурентної переваги конкретного підприємства на базі інфраструктурного чинника може вплинути конкурентоспроможність галузі, зокрема, її інвестиційна конкурентоспроможність.

До інфраструктурних чинників віднесемо діяльність структур, які забезпечують розвиток науково-технічного прогресу у відповідній галузі. Сприйняття результатів їх діяльності окремими підприємствами відображає інноваційний розвиток – один із найважливіших засобів, що використовується для досягнення успіху в конкурентному змаганні.

Серед ринкових чинників виділимо цінові, які визначають принципи встановлення цін у галузі, а також місткість ринку, особливості формування ринкового попиту, пропозицію товару і, звичайно, рівень (інтенсивність) конкуренції у певній галузі.

Принциповим є питання про те, яким чином зовнішні чинники можуть перетворитися на конкурентні переваги підприємства, адже здебільшого вони формують однакові рамкові ситуації для певної сукупності підприємств-конкурентів. Зазвичай зовнішні чинники перетворюються на конкурентну перевагу в комбінації з певними внутрішніми чинниками. Наприклад, ріст цін на худобу та молоко, запровадження спеціальних дотацій виробникам продукції скотарства стане конкурентною перевагою насамперед для тих підприємств, які зберегли на належному рівні виробничий потенціал галузі скотарства – певне поголів'я тварин із високими продуктивними характеристиками, міцну кормову базу, кваліфікованих працівників тощо. Комерційні банки, видаючи кредит підприємству АПК на пільгових умовах,

все ж враховують спроможність позичальника його повернути, тобто певні параметри фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання тощо.

Якщо окремий суб'єкт, використовуючи внутрішні можливості, перетворив якийсь чинник зовнішнього середовища на конкурентну перевагу, то рівень конкурентоспроможності тих його конкурентів, які не зуміли цього зробити, знизився. Різностямований вплив зміни певного зовнішнього чинника на конкурентоспроможність окремих підприємств проявляється завжди. Навіть якщо ріст ринкового попиту на певні товари створює сприятливі можливості для всіх підприємств відповідної галузі, то в результаті будуть зачеплені інтереси підприємств інших галузей, до яких надійде менше інвестицій.

За можливістю впливу суб'єкта господарської діяльності на чинники конкурентоспроможності виділимо серед останніх керовані, некеровані та частково керовані. До частково керованих належать чинники, управління якими, окрім конкретного підприємства, здійснюють й інші суб'єкти – його прямі конкуренти, партнери зі суміжних галузей, органи державного управління тощо.

До керованих насамперед належать внутрішні чинники, які формують конкурентний потенціал підприємства, до некерованих – зовнішні. Однак справджується така закономірність не завжди. Зокрема, підприємство в принципі може самостійно визначати асортимент вироблюваної продукції, однак нерідко на його формування впливають отримані від інших суб'єктів ліцензії, контракти, прямі заборони. У сільськогосподарських підприємств досить обмежені можливості встановлення цін на свою продукцію. Не лише від бажання й фінансових ресурсів цих підприємств залежить формування їх земельного потенціалу.

З іншого боку, позиція окремого підприємства може впливати на зовнішні чинники – рівень ринкових цін, інституційні норми, діяльність окремих об'єктів інфраструктури. Особливо цей вплив помітний, якщо підприємство займає монопольне становище, має можливості лобіювання своїх інтересів на законодавчому рівні.

Дискусійним є питання про оцінку чинника, який ще не сформувався в конкурентну перевагу, однак може нею стати в перспективі. Чимало авторів, у тому числі М. Портер, ототожнюють конкурентну перевагу з уже досягнутим успіхом, з отриманим фактичним результатом. Та варто погодитися зі С. Савчуком, що така позиція збіднює

економічний зміст терміна “конкурентна перевага”, обмежує можливості його застосування на стадії виявлення окремих факторних переваг [179, с. 204].

Вважаємо, дискусійні моменти можуть бути зняті, якщо розглянути класифікацію конкурентних переваг за ступенем їх дії на кінцевий результат. Кінцевим результатом, на який впливає вся система чинників конкурентоспроможності підприємства, є результат реалізації його продукції, відображений в одержаному прибутку чи іншому показникові. Оскільки ми трактуємо конкурентні переваги як чинники, серед них можуть бути виділені чинники першого, другого, третього, *n*-го порядків. Чинник вищого порядку є результатом дії комбінації чинників нижчого, тобто більшого за номером у запропонованій класифікації, порядку.

Відомий економіст М. Портер сформулював твердження про існування двох основних видів конкурентних переваг – нижчі витрати й диференціація товарів. Останню розглядають як спроможність запропонувати покупцеві унікальну й більшу цінність у вигляді нового товару, особливих споживчих властивостей чи післяпродажного обслуговування [148, с. 55-56]. Таке трактування конкурентних переваг стало хрестоматійним. Воно не суперечить і нашому визначенню зазначеної категорії.

Нижчі витрати або відображені в ціні та кількості проданої продукції особливі споживчі цінності є чинниками першого порядку, що впливають на кінцевий результат участі підприємства в конкурентному змаганні. Їх у свою чергу можна розглядати як результат дії чинників другого порядку. Зокрема, нижчі витрати є відображенням нижчої виробничої собівартості продукції або економії на накладних витратах. Диференціація (надання товару особливої, з точки зору покупця, привабливості) – це результат переваги в якості чи притаманності товару певної унікальної цінності (рис. 2.3). Конкурентні переваги другого порядку є результатом реалізації переваг третього порядку – вужчих за змістом обставин: наявності потужнішої матеріально-технічної бази, застосування досконалішої технології, ефективнішого менеджменту, наявності лобістських можливостей та ін.

Розглядаючи особливості певної конкурентної переваги, потрібно проаналізувати, за рахунок яких саме чинників вона сформована, простежити ланцюг створення цієї переваги з нижчих ієрархічних рівнів до вищих. При цьому потрібно дати відповідь на питання: яким

чином ті чи інші зміни, що призвели до формування конкурентних переваг нижчого рівня, позначаються на результатах вищих рівнів; як співвідносяться зусилля, затрачені на формування переваг на нижчих рівнях, та ефект, одержаний у вигляді конкурентної переваги вищого рівня.

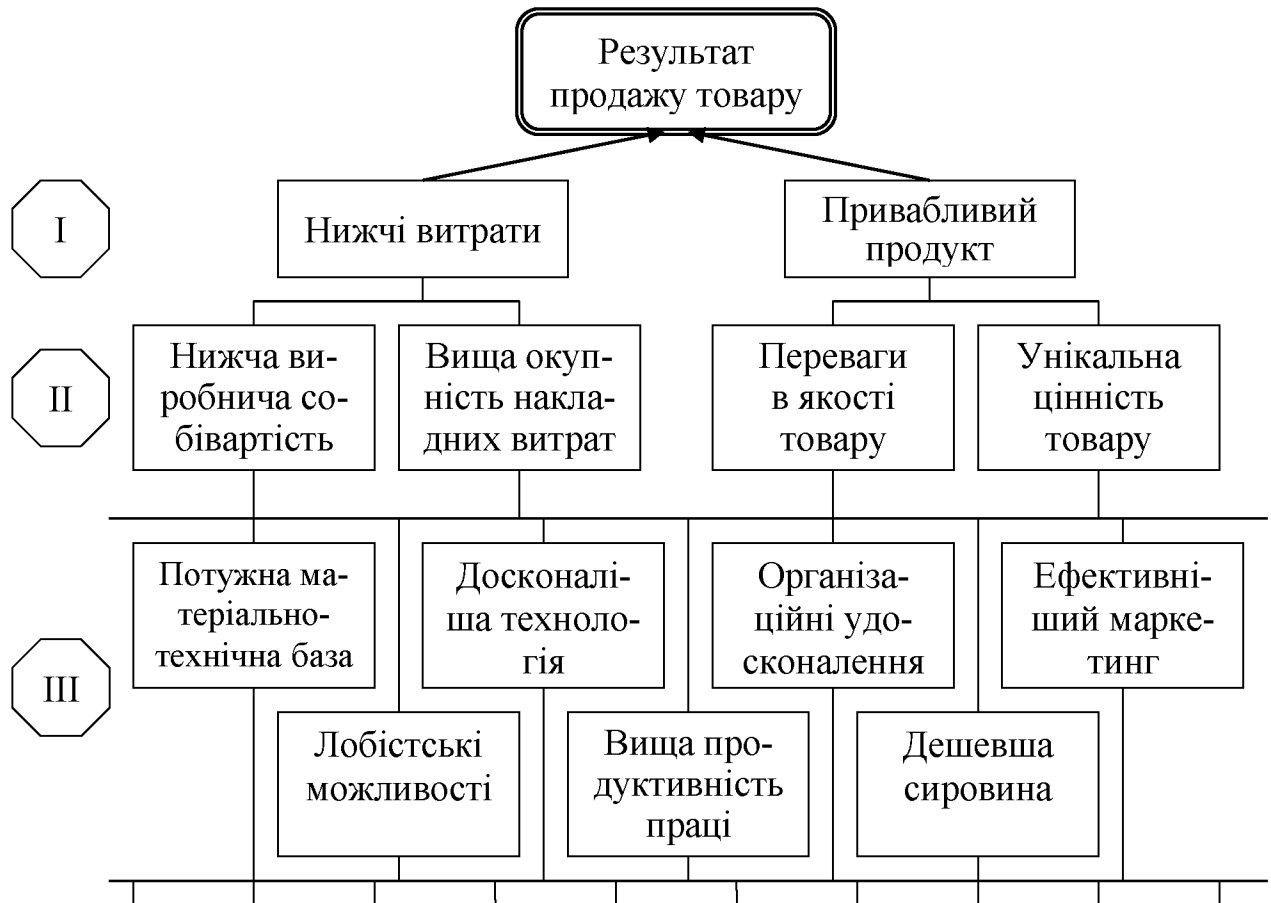


Рис. 2.3. Ієрархія конкурентних переваг підприємства [272, с. 201].

Вагомість конкурентної переваги залежить від відхилення індикатора чинника конкурентоспроможності від аналогічного показника в конкурентів, особливостей формування конкурентної переваги першого рівня на основі зміни чинника на нижчих ієрархічних рівнях та від кількості чинників, задіяних у формуванні кінцевого результату. На практиці нечасто має місце ситуація, коли вдається отримати дуже велику перевагу в чиннику конкурентоспроможності на нижчому рівні й зберегти її значущість до конкурентної переваги першого рівня. Натомість досить вагомим може бути результат, отриманий внаслідок задіяння цілої системи чинників (наприклад, переваги міцної матеріально-технічної бази доповнюватимуться високим рівнем

кваліфікації персоналу, ефективною системою оплати праці тощо). Йдеться про збільшення джерел конкурентних переваг першого рівня. Саме це мав на увазі М. Портер, зазначаючи, що в конкурентній перевазі як в інтегральному результаті повинна відобразитися вся система створення цінності, тобто всі сторони діяльності підприємства.

Процес формування конкурентної переваги може бути виражений як функція (за аналогією з виробничою функцією):

$$КП = f(\Delta x_1; \Delta x_2; \dots \Delta x_n), \quad (2.1)$$

де КП – конкурентна перевага першого рівня; $\Delta x_1, \Delta x_2, \dots \Delta x_n$ – індикатори конкурентної переваги, утворені на основі окремих чинників конкурентоспроможності.

Ступінь реалізації конкурентної переваги нижчого рівня в кінцевих показниках діяльності підприємства може бути різний. Не є винятком ситуація, коли підприємство взагалі не зуміло належним чином використати на практиці обставину, що її можна ідентифікувати як “елементарну” конкурентну перевагу, і це повинно знайти відображення в оцінці його конкурентоспроможності. Досліджуючи конкурентні переваги певного підприємства з використанням формули (2.1), слід опиратися на фактичні результати його діяльності. Тоді не буде підстав для зауважень, що конкурентні переваги не можна отожднювати з потенційними можливостями організації [113, с. 267]. З іншого боку, встановлені особливості функціональних перетворень використовуватимуться для обґрунтування конкурентної практики і конкурентної стратегії підприємства.

Слід усвідомлювати, що підприємство не може переважати своїх конкурентів в усьому. Тому не варто добиватися конкурентних переваг на базі всіх чинників, що формують конкурентоспроможність об’єкта. Та все ж забезпечення конкурентоспроможності підприємства повинно мати комплексний характер, опиратися на прогресивні зміни в різних компонентах його діяльності.

Принциповим є положення про те, що конкурентні переваги підтримуються тільки завдяки неперервним поліпшенням, удосконаленням їх джерел [148, с. 624, 626]. З урахуванням цього серед конкурентних переваг пропонується виділяти переваги нижчого і вищого порядків [78, с. 54-55, 217, с. 138]. Переваги нижчого порядку (наприклад, дешева робоча сила, дешева сировина) утримувати важче, адже їх відносно легко можуть отримати й конкуренти. Переваги ви-

щого порядку передбачають застосування патентованих технологій, розвиток маркетингової діяльності, наявність спеціалізованих програм відтворення висококваліфікованої робочої сили тощо. Їх можна утримувати значно довше, щоправда супроводжується це значними додатковими витратами.

Ідентифікація окремих чинників конкурентоспроможності, виявлення можливостей набуття ними статусу конкурентної переваги є одним з базових елементів управління конкурентоспроможністю підприємства.

Для повного розкриття сутності категорії “конкурентоспроможність” необхідно з’ясувати її місце серед понять, якими характеризується результативність діяльності підприємства. Прийmemo визначення С. Керто, який вважає, що результативність характеризує вміння менеджменту підприємства досягти поставлених організаційних цілей у процесі використання своїх ресурсів [296, с. 12]. За твердженням В. Пономаренка й Л. Піддубної, можна виділити три рівні за значимістю одержаного результату: продуктивність, ефективність, конкурентоспроможність [83, с. 11].

Продуктивність відображає елементарні цілі підприємства – задоволення мінімальних потреб, забезпечення виживання економічної системи. Для цього необхідно досягти певних характеристик використання ресурсів. Зокрема, індикаторами продуктивності є фондовіддача, продуктивність праці, технологічна ефективність у сільськогосподарському виробництві. Певний рівень продуктивності ресурсів – необхідна, але не достатня умова стабільного функціонування підприємства.

Ефективність як індикатор результативності характеризує кінцеві результати діяльності підприємства, використання всіх його ресурсів. Зазвичай критерієм ефективності підприємства виступає відношення отриманого кінцевого результату до загального обсягу затрачених ресурсів. Досягнення ефективності за шкалою цілей, поставлених перед економічною системою, означає, що вона не тільки задовольняє свої поточні потреби, а й здатна сформувати певний запас, який забезпечить її подальший розвиток. У принципі ефективність – це достатня умова для нормального функціонування підприємства, однак ця достатність відносна, оскільки відображає лише поточну результативність підприємства.

У шкалі вимірювання результатів діяльності підприємства конкурентоспроможність займає найвищий рівень. Ця характеристика відображає не просто здатність економічної системи до певного розвитку, а наявність у неї вагомого запасу міцності.

Доводиться констатувати, що вітчизняний менеджмент орієнтується здебільшого на досягнення високих поточних фінансових результатів (ефективності). Однак недостатньо переймається питаннями забезпечення майбутнього підприємства, тобто зміцнення його конкурентоспроможності. Не всі розуміють необхідність жертвувати показниками поточної ефективності задля забезпечення конкурентоспроможності.

Часто автори наукових публікацій зазначають, що критерії економічної ефективності підприємства і його конкурентоспроможності близькі, але не абсолютно збігаються, знаходяться, за виразом Н. Тарнавської, “в паралельній єдності” [201, с. 96]. Найпринциповіші відмінності між характеристиками ефективності й конкурентоспроможності полягають в такого:

1. Ефективність відображає досягнутий підприємством поточний чи минулий результат, тоді як конкурентоспроможність – це насамперед оцінка перспектив його подальшого функціонування. Оцінка конкурентоспроможності – це “прогноз результатів участі оцінюваного суб’єкта в економічному суперництві з конкурентами” [179, с. 302].

2. Показники ефективності можуть помітно коливатися упродовж нетривалого періоду, тоді як індикатори конкурентоспроможності інерційніші. За результатами поточної діяльності підприємство може отримати збитки, однак це не обов’язково свідчить про його неконкурентоспроможність.

3. Показники ефективності досить чітко встановлюються на основі фактів з господарської діяльності підприємства. Для визначення конкурентоспроможності, окрім цих фактів, використовують інформацію, що відображає суб’єктивні судження щодо досліджуваного об’єкта. Залежно від позиції суб’єкта оцінювання конкурентоспроможності (споживача продукції, фахівця підприємства, конкурентів, потенційних інвесторів тощо) результати оцінки можуть помітно різнитися.

Отже, у понятті конкурентоспроможність відображаються найвищі цілі функціонування економічної системи. Дослідження конку-

рентоспроможності здійснюються на різних рівнях, однак у центрі уваги повинні бути потреби й проблеми підприємства – суб'єкта, що бере безпосередню участь в економічному змаганні. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства передбачає здобуття ним певних конкурентних переваг.

2.2. Оцінка конкурентоспроможності та особливості її здійснення в системі аграрного виробництва

Розробка заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності об'єкта (підприємства, товару), вимагає оцінки існуючого її рівня. Здійснення цієї оцінки, як свідчить практика, пов'язане зі значними труднощами. Природа останніх значною мірою пов'язана зі суб'єктивним характером оцінки, причому кожен суб'єкт має свій погляд на характеристики об'єкта, що використовуються для встановлення конкурентоспроможності. Зазвичай доводиться опрацьовувати значний обсяг інформації, частину якої непросто відобразити у числовій формі. Використання в ході дослідження статичних моделей утруднює забезпечення прогностичного характеру оцінки конкурентоспроможності.

Існує твердження, що в сучасній економічній науці для оцінки конкурентоспроможності підприємств та їх продукції задіяно понад 100 методів, більше ніж 300 показників [79, с. 23]. Небезпідставними є й зауваження дослідників, що далеко не всі пропонувані підходи є бездоганними в методологічному плані. Актуальною проблемою залишається відбір тих методів, які могли б знайти застосування в дослідженні конкурентоспроможності у вітчизняному аграрному секторі – стосовно сільськогосподарських підприємств і сільськогосподарської продукції, враховували українські реалії.

Для того щоб можна було управляти конкурентоспроможністю конкретного об'єкта, її рівень потрібно виміряти кількісним індикатором, в якому відображався би вплив основних чинників конкурентоспроможності. Саме такий принцип покладений в основу найуживаніших методик оцінки конкурентоспроможності.

Здебільшого конкурентоспроможність об'єкта (товару, підприємства) автори розглядають як відносне поняття, тобто визначається вона порівняно з іншими об'єктами (аналогічними товарами, підприємствами галузі). Аналітику доводиться мати справу з проявами досліджуваного явища в окремих характеристиках об'єкта. Вибір системи характеристик і присвоєння окремим із них рівня значущості залежить від позицій аналітика чи носія інформації (опитуваного покупця), тобто має суб'єктивний характер.

За способом визначення кількісного критерію оцінки конкурентоспроможності товару зазвичай виділяють диференційний і комплексний методи. Загальний принцип їх застосування досить детально описаний в науковій літературі. Зокрема, виділимо напрацювання, відображені в джерелах [51; с. 26-32; 79, с. 69-76; 123, с. 231-236; 179, с. 385-387; 204, с. 36-40; 231, с. 44-52].

Диференційний метод полягає в порівнянні окремих характеристик досліджуваного зразка товару з аналогічними характеристиками товару, відібраного за зразок для порівняння. Як база для порівняння може використовуватися товар найсильнішого конкурента (найпоширеніший на ринку товар) чи певний ідеальний еталон із найкращими з можливих характеристиками (товар, який цілком задовольняє потреби покупців [105, с. 99]). Через відношення характеристик визначають одиничні показники конкурентоспроможності товару (q_i):

$$q_i = \frac{p_i}{p_i^0}, \quad (2.2)$$

або

$$q_i = \frac{p_i^0}{p_i}, \quad (2.3)$$

де p_i – i -та характеристика досліджуваного зразка товару; p_i^0 – аналогічна характеристика зразка, відібраного за базу для порівняння.

Формулу (2.2) застосовують, коли конкурентна перевага має місце за більшого абсолютного значення p_i . Якщо бажаним є менше значення p_i (наприклад, коли йдеться про ціну товару, вміст у продукції небажаної речовини), застосовують формулу (2.3). За результатами розрахунків встановлюють наявність конкурентної переваги за i -тою характеристикою досліджуваного зразка товару ($q_i > 1$) чи її відсутність ($q_i \leq 1$) та кількісну міру цієї переваги.

Оцінка товару лише за однією характеристикою чи кількома окремо взятими не дає цілісного уявлення про рівень його конкурентоспроможності. Тому використовують комплексний метод, який передбачає зведення окремих характеристик у групові, а згодом – в узагальнюючий інтегральний показник.

Зазвичай оцінку конкурентоспроможності товару пропонується здійснювати за трьома групами параметрів: нормативними, які характеризують відповідність товару обов'язковим нормам і стандартам; технічними, які відображають споживчі властивості товару; економічними, які вказують на обсяг витрат споживача, пов'язаний з придбанням і використанням певного товару (його ще називають ціною споживання). Про рівень конкурентоспроможності товару свідчить обсяг корисного ефекту, який отримує споживач із розрахунку на одиницю ціни споживання. Цей ефект визначають технічні характеристики товару за умови їх відповідності нормативним критеріям. Порівнювані параметри узагальнюються в інтегральному показникові (коефіцієнті), який визначається за формулою:

$$K = I_{III} \cdot \frac{I_{TII}}{I_{EII}}, \quad (2.4)$$

де K – інтегральний показник конкурентоспроможності аналізованого товару відносно порівнюваного зразка; I_{III} – груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами, визначений на основі порівняння характеристик товару з регламентуючими їх нормами, стандартами; I_{TII} – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами, визначений на основі відношення окремих характеристик аналізованого товару до аналогічних характеристик зразка, взятого для порівняння, з урахуванням їх важливості; I_{EII} – груповий показник конкурентоспроможності за економічними параметрами, визначений на основі порівняння ціни споживання аналізованого й порівнюваного з ним товару.

Якщо $K > 1$, за сукупністю характеристик досліджуваний товар переважатиме товар (зразок), вибраний за базу для порівняння, тобто вважатиметься конкурентоспроможним на окресленому сегменті ринку, якщо $K < 1$ – навпаки. Важливо те, що аналітик не тільки робить загальний висновок про рівень конкурентоспроможності продукції, а й встановлює, за рахунок чого сформувалася її перевага чи відставання від продукції основних конкурентів [280, с. 518].

Окремі автори виділяють змішаний метод оцінки конкурентоспроможності товару як поєднання диференційного та комплексного. Зазначається, що при застосуванні цього методу використовується частина параметрів, розрахованих диференційним методом, а частина – комплексним [123, с. 235; 124, с. 356; 204, с. 35; 231, с. 50]. В опрацьованих нами публікаціях наведено лише це загальне визначення, але не показано алгоритму чи конкретного прикладу його застосування. Можна дійти висновку, що змішаний метод полягає у визначенні групових показників на основі окремих показників конкурентоспроможності, визначених диференційним методом. Тобто його можна вважати удосконаленим диференційним.

Зустрічаються пропозиції враховувати в аналізі конкурентоспроможності товару зайняту ним частку ринку як маркетингову характеристику [65, с. 100; 204, с. 40; 231, с. 50]. Такий підхід вважаємо спірним, що завоювання ринку – це не стільки характеристика товару, скільки результат діяльності підприємства загалом. Завойовану частку ринку в принципі можна розглядати як одну з характеристик конкурентоспроможності підприємства.

Схожою за суттю є пропозиція О. Бужина визначати коефіцієнти конкурентоспроможності окремих видів продукції тваринництва як відносну величину зміни обсягу їх реалізації на певному сегменті ринку, відношення обсягу реалізації відповідного виду продукції до загального обсягу продажу продукції тваринництва на певному сегменті ринку, відношення обсягу експорту продукції тваринництва до обсягу її імпорту [16, с. 182-185]. Такий підхід відображає конкурентоспроможність окремих тваринницьких галузей, а не продукції окремих підприємств.

Утвердилася думка, що найдосконалішим методом оцінки конкурентоспроможності продукції є комплексний. Він передбачає здійснення певного алгоритму дій, послідовність яких викладена на рис. 2.4. Напрацьований алгоритм стосується насамперед оцінки конкурентоспроможності промислової продукції, однак зустрічаються твердження, що він може використовуватися й стосовно сільськогосподарської продукції [65; 126]. Не відкидаючи цих тверджень повністю, вважаємо за необхідне висловити низку принципів міркувань щодо можливості застосування формули (2.4) для оцінки конкурентоспроможності різних видів сільськогосподарської продукції.



Рис. 2.4. Схема оцінки конкурентоспроможності товару *

* Узагальнення на основі опрацювання джерел [21, с. 38; 79, с. 70; 123, с. 232; 220, с. 203].

Сільськогосподарська продукція може надходити на ринок як продукція виробничого призначення і як споживчий товар. У першому випадку вона реалізовується на гуртовому ринку з метою перепродажу чи виробничого використання, у другому – кінцевим споживачам як продукт харчування. Як зазначено, конкурентоспроможність

продукції характеризує її здатність задовольняти вимоги споживачів. Однак ставлення покупців на гуртовому й роздрібному ринках до окремих споживчих характеристик сільськогосподарської продукції може різнитися. Кінцевих споживачів цікавить спроможність продукції задовольнити їх особисті вимоги – до якості, смаку, ціни. Суб'єкти господарської діяльності розглядають закуплену продукцію з точки зору економічної вигоди, яку вони можуть отримати за її подальшого використання. Усе це позначається на методиці оцінки конкурентоспроможності окремих видів продукції.

Розглядаючи особливості здійснення оцінки, окремі види сільськогосподарської продукції розділимо на три групи:

1. Насіннева продукція та племінні ресурси тваринництва, покупцями яких виступають сільськогосподарські виробники;

2. Продукція, що в непереробленому вигляді може бути реалізована виробниками одразу кінцевим споживачам (фрукти, овочі, картопля);

3. Продукція, що реалізовується гуртовим покупцем, і перш, ніж дійде до кінцевого споживача, проходить стадію промислової переробки.

Розпочинати аналіз конкурентоспроможності будь-якого виду сільськогосподарської продукції потрібно з визначення її відповідності нормативним параметрам, зазначеним в офіційно прийнятих стандартах. Наприклад, в Україні стандарт на сировинне молоко ДСТУ 3662-97 регламентує кислотність продукції, бактеріальне обсіменіння (в тисячах бактерій на 1 см³), щільність молока, температуру, за якої воно надходить до переробника та ін. Загальноприйнятим є підхід, за яким одиничні показники конкурентоспроможності можуть набувати тільки двох значень: 1 – товар відповідає обов'язковим нормам і 0 – не відповідає. Розрахунок групового показника за нормативними параметрами $I_{\text{НП}}$ здійснюється за формулою:

$$I_{\text{НП}} = \prod_{i=1}^n q_i, \quad (2.5)$$

де q_i – одиничний показник конкурентоспроможності продукції за нормативним параметром; n – кількість оцінюваних параметрів.

Якщо продукція хоча б за одним параметром не відповідатиме нормативам, $I_{\text{НП}} = 0$, а отже й $K = 0$. Такий товар взагалі не повинен потрапляти на ринок і немає сенсу далі оцінювати його конкурентоспроможність.

Однак покупець може цікавити не тільки відповідність якісних характеристик сільськогосподарської продукції чинним нормативам, а й те, наскільки ці характеристики віддалені від граничних нормативних показників (наприклад, від гранично допустимого вмісту нітратів у продуктах рослинництва, окремих медикаментозних препаратів у тваринницькій продукції). Нерідко доволі гостро питання щодо екологічної чистоти агропродовольчої продукції постає за її реалізації на зовнішньому ринку. У такому разі врахування відповідної характеристики для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції може бути продовжене: її пропонується розглядати ще раз у групі технічних параметрів продукції. Це не суперечитиме принципам оцінки конкурентоспроможності товару, адже попередній розгляд відповідної характеристики у груповому показнику за нормативними параметрами не впливає на значення інтегрованого показника конкурентоспроможності, обчисленого за формулою (2.4).

Оцінку відповідності сільськогосподарської продукції нормативам і стандартам здійснюють служби контролю якості закупуваної сировини переробних підприємств та Державної ветеринарної та фітосанітарної служби України. Особливістю вітчизняного агропродовольчого ринку є відсутність достатнього рівня довіри споживачів до якості продовольчої продукції й сільськогосподарської сировини для її виготовлення. Це накладає відбиток на сам процес визначення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції й ставлення окремих осіб до отриманої оцінки її рівня.

Груповий параметр $I_{ТП}$ визначаємо за формулою:

$$I_{ТП} = \sum_{i=1}^n q_i a_i, \quad (2.6)$$

де q_i – індекс i -го параметра, визначений за формулами (2.2) або (2.3); a_i – вагомість (значущість) для покупця i -го параметра продукції, визначена коефіцієнтом, причому $\sum a_i = 1$; n – кількість технічних параметрів, за якими здійснюється оцінка конкурентоспроможності.

Для визначення рівня конкурентоспроможності тих видів сільськогосподарської продукції, що належать до першої групи за наведеною класифікацією, як технічні параметри беруть потенційну урожайність культури чи продуктивність тварин, інші характеристики сорту чи породи, що можуть цікавити виробника. Базою для порівняння, як правило, виступає конкретний товар – найбільш популяр-

ний районований сорт, племінний ресурс із високими породними характеристиками. Суб'єктивізм у здійсненні оцінки конкурентоспроможності проявляється зазвичай лише щодо визначення вагомості окремих технічних параметрів, загальна кількість яких здебільшого доволі невелика [280, с. 518-519].

Для визначення конкурентоспроможності другої групи видів сільськогосподарської продукції технічними параметрами слугують характеристики, які цікавлять споживачів – смак продукції, її зовнішній вигляд, лежкість, транспортабельність тощо. Як правило, ці параметри не мають кількісних характеристик і можуть бути оцінені в балах через опитування споживачів та експертів. Для відображення інформації допускають використання різних оціночних шкал (п'ятибальної, десятибальної тощо), але слід застосовувати єдину градацію в бальній оцінці всього комплексу характеристик [105, с. 20]. Респонденти визначають і вагомість окремих споживчих характеристик. За базу для порівняння необхідно брати продукцію з високими споживчими характеристиками.

Більшість товарної сільськогосподарської продукції належить до третьої групи за наведеною класифікацією. Йдеться про сільськогосподарську сировину – однорідну продукцію, яка не виділяється оригінальними споживчими характеристиками. Відмінність у якості продукції чи інших її споживчих характеристиках, як правило, враховується в закупівельній ціні.

Ціна (закупівельна ціна) на сільськогосподарську продукцію є основним елементом, який враховують для визначення групового індексу за економічними параметрами. Класичний вигляд формули для розрахунку цього індексу:

$$I_{\text{ЕП}} = \frac{Z}{Z^0}, \quad (2.7)$$

де Z , Z^0 – повні витрати покупця, пов'язані з придбанням і використанням відповідно продукції, що оцінюється, та порівнюваного зразка.

У повних витратах покупця слід врахувати витрати на переміщення продукції, якщо за умовами покупки вони не включені в ціну. Ці логістичні витрати можуть бути пов'язані з транспортуванням продукції, тимчасовим зберіганням на складах, страхуванням, сплатою мита при перетині митного кордону. Логістичні витрати враховують у разі купівлі продукції виробничого призначення. На споживчих ринках вони вже включені в ціну продукції.

Як правило, сільськогосподарські виробники продають свою продукцію закупівельним і переробним підприємствам за цінами, встановленими цими покупцями-монополістами. Тоді порівняння цін для аналізу конкурентоспроможності продукції з однаковими якісними характеристиками втрачає сенс, адже $I_{EP} = 1$. Зважаючи на це, основна увага аналітика переноситься з першої ознаки конкурентоспроможності продукції (здатності задовольнити вимоги споживача) на другу – здатність бути проданою з вигодою для виробника. Конкурентоспроможність продукції при цьому визначають не стільки її споживчі характеристики (вони уніфіковані для відповідної товарної групи) чи можливість її реалізації (встановивши ціну, покупець погоджується придбати товар), скільки економічна вигода, яку отримує виробник від реалізації зазначеної продукції.

Залежність ціни продукції від її якісних споживчих характеристик означає, що I_{TP} може не розраховуватися. Конкурентоспроможність продукції визначатиметься параметром, що відображає економічну ефективність її виробництва (вигоду для виробника). З цією метою П. Саблук запропонував використовувати індекс конкурентоспроможності – відношення фактичного рівня рентабельності продукції до розрахункового (нормативного) його значення [221, с. 308]. За нормативний рівень рентабельності продукції може бути взятий показник, який свідчить про наявність достатніх умов для розвитку відповідної галузі. За розрахунками українських учених, це не менше ніж 20-25% [227]. Якщо фактичний рівень рентабельності сільськогосподарської продукції відповідає цьому значенню, з точки зору інтересів підприємства ця продукція є конкурентоспроможною.

Використання як критерію конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції рівня її рентабельності можливе завдяки особливостям економічної конкуренції в аграрному секторі (нагадаємо, за специфікою ринкової моделі вона близька до досконалої конкуренції) й у тих випадках, коли ціна на продукцію визначається покупцем – заготівельними, переробними підприємствами, тобто спостерігаються ознаки моносонії. Цю обставину повною мірою не враховують ті автори, які, пропонуючи використовувати для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції рівень рентабельності, називають його показником цінової конкуренції [6, с. 434; 103, с. 33; 204, с. 40]. На їх думку, цей показник свідчить про спроможність підприємства продавати свою продукцію за цінами, не ниж-

чими від мінімальної ціни конкурентів. Але в сільськогосподарських виробників нечасто з'являється можливість з метою стимулювання збуту пропонувати свою продукцію за нижчою ціною без урахування її якості.

Отже, якщо за нормативними параметрами продукція задовольняє споживачів і може бути продана на ринку за існуючими цінами, перспективи її подальшого виробництва залежать насамперед від інтересів виробника. Тоді для оцінки конкурентоспроможності може бути застосований алгоритм, схема якого наведена на рис. 2.5. За результатами оцінки повинно бути прийняте рішення про припинення виробництва продукції чи вжиття заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності, утримання існуючих конкурентних переваг.

Виникає запитання, чи не варто було б порівнювати рівень рентабельності продукції окремого виробника зі середнім в галузі показником, адже це повніше враховувало би природу конкурентних відносин? Та проблема полягає в тому, що більшість сільськогосподарських галузей в Україні тривалий час залишаються низькорентабельними чи збитковими. Кращий за середньогалузевий показник рентабельності продукції певного підприємства ще не означає, що вона продається з високою вигодою для виробника. Для оцінки конкурентоспроможності тваринницької продукції слід враховувати отримувані підприємством дотації, адже за прийнятою в Україні методикою для визначення показників рентабельності продукції їх не враховують.

Відображений на рис. 2.5 алгоритм не надто ефективний, коли у встановленні ціни на продукцію бере участь її виробник. У таких випадках ціна впливає на перспективи продажу продукції на ринку, й оцінку конкурентоспроможності цієї продукції слід здійснювати за методикою, наведеною на рис. 2.4. Її, зокрема, потрібно використовувати для оцінки конкурентоспроможності тих видів продукції, які належать до першої й другої груп за наведеною класифікацією. Якщо ж для продажу цих видів продукції сільськогосподарські виробники змушені встановлювати на них відносно низькі ціни, звертаємо увагу на ту частину наведеного на рис. 2.5 алгоритму, яка пов'язує конкурентоспроможність продукції з рівнем її рентабельності.



Рис. 2.5. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції виробничого призначення, що реалізується на гуртових ринках.

Ціна на сільськогосподарську продукцію погоджується з продавцем і в разі її реалізації на зовнішньому ринку. При цьому продукція переважно виступає як уніфікований товар без виражених індивідуальних характеристик. Тому слушною є думка групи провідних українських учених, які вважають, що рівень конкурентоспроможності

сті окремих видів сільськогосподарської продукції в умовах відкритості аграрного ринку характеризує відношення внутрішніх цін до цін імпорту [226, с. 53]. Якщо внутрішня ціна є вищою за ціну імпорту, створюються сприятливі умови для діяльності імпортерів, що зачіпає інтереси вітчизняних виробників. Порівняння внутрішніх цін із зовнішніми свідчить про здатність вітчизняних експортерів успішно конкурувати на зовнішньому ринку. Щоправда, при цьому йтиметься не про конкурентоспроможність продукції конкретного виробника, а про галузеву конкурентоспроможність як узагальнюючу характеристику здатності вітчизняних агровиробників конкурувати із зарубіжними виробниками.

Якщо ж під час зовнішньоекономічних операцій покупця цікавитиме не тільки ціна продукції, а й окремі її якісні характеристики, окрім передбачених нормативами і стандартами, для оцінки конкурентоспроможності застосовуватиметься класична методика, відображена на рис. 2.4.

Часто об'єктом конкуренції на зовнішньому ринку виступає не сільськогосподарська продукція, а продукт її переробки, і це ускладнює оцінку конкурентоспроможності. У таких випадках у конкурентній боротьбі на паритетних засадах беруть участь сільськогосподарські виробники і переробні підприємства, і відповідальність за її результат не можна перекладати лише на одного з цих учасників. На практиці визначається максимальна ціна сільськогосподарської сировини, за якої продукти її переробки залишатимуться конкурентоспроможними порівняно з іноземними аналогами за ціною споживання [260, с. 63].

Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції залежить від ринків, на яких передбачається цю продукцію продавати. На різних ринкових сегментах мають місце неоднакові вимоги до якості продукції, свої особливості ціноутворення. Проявляються ці відмінності не тільки на міжнародному ринку, а й на місцевих. Наприклад, у Західній Україні зерно виробляється переважно нижчої якості, ніж у центральних і південних регіонах нашої країни, а тому вищою є собівартість продукції. Та сільськогосподарські підприємства, особливо невеликі, реалізують значну кількість вирощеного зерна місцевим жителям зі складу, використовують його для розрахунків з орендодавцями, продають у рахунок оплати праці. У результаті нерідко більшість продукції залишається в селі, де вона вирощена.

Продаючи зерно за цими напрямками, підприємство впливає на рівень ціни, що позначається на його рентабельності. Однак вигідно продати цю продукцію в інші регіони виробникам було б досить складно. Тому в західних областях частка зерна, проданого сільськогосподарськими підприємствами хлібокомбінатам, є значно нижчою, ніж в багатьох інших регіонах.

Доходимо висновку, що оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції залежить від місткості ринку, пропускної спроможності окремих каналів реалізації. Якщо підприємство не може реалізувати всю вироблену продукцію на вигідному сегменті ринку, йому доводиться використовувати інші, менш вигідні канали продажу або накопичувати товарні запаси. Ця обставина повинна враховуватися під час розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, яка є завершальним етапом дослідження цієї конкурентоспроможності.

Як зазначалося, чимало авторів вважають, що конкурентоспроможність підприємства можна оцінювати через конкурентоспроможність його продукції. Власне кажучи, такий підхід не позбавлений логіки і має право на існування. Однак поставити знак рівності між оцінками конкурентоспроможності продукції й підприємства не можна. Правильніше вважати конкурентоспроможність продукції необхідною, але не достатньою умовою конкурентоспроможності підприємства [78, с. 184]. Варто враховувати й здатність підприємства здійснити удосконалення, які дали б змогу підвищити рівень конкурентоспроможності продукції.

Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства залежить від мети, яку ставить перед собою аналітик. Опираючись на наше трактування досліджуваного поняття, основну мету оцінки конкурентоспроможності підприємства вбачаємо в тому, щоб встановити, наскільки підприємство спроможне здійснювати упродовж тривалого часу успішну діяльність в умовах конкурентного середовища. З поставленої мети випливають такі завдання:

- проаналізувати результати діяльності досліджуваного підприємства;
- порівняти результати діяльності конкретного підприємства з аналогічними показниками інших підприємств;
- спрогнозувати результати діяльності досліджуваного підприємства у змінених умовах.

Аналіз результатів діяльності підприємства дасть змогу оцінити його конкурентний потенціал, встановити ефективність його використання. Потрібно звернути увагу на те, як підприємство вирішувало питання, що виникали в процесі конкурентної боротьби, як пристосувалося до зовнішніх умов конкурентного середовища.

Оскільки рівень конкурентоспроможності – відносна величина, для його оцінки слід порівняти конкурентний потенціал підприємства та результати його використання з показниками інших підприємств. Це дасть змогу встановити наявність у досліджуваного підприємства конкурентних переваг та визначити, як воно використовувало ці переваги на практиці. Така порівняльна оцінка відображає його місце серед конкурентів.

Дослідження результатів діяльності підприємства та його конкурентів дозволяє оцінити явище *ex post* – як таке, що відбулося. Проблема полягає в тому, щоб дати оцінку *ex ante* – очікуваного прояву явища за певних умов. Для цього слід спрогнозувати ймовірні результати діяльності підприємства в змінених відносно існуючого стану умовах [277, с. 314]. Зміни в умовах стосуються як зовнішнього середовища, так і конкурентного потенціалу підприємства (воно має засоби для його зміцнення чи, навпаки, не зможе уникнути ослаблення). Розглядаючи це питання, В. Збарський та М. Місевич пропонують визначати узагальнюючу оцінку перспектив зміцнення конкурентоспроможності підприємства на основі бальних оцінок перспектив зростання окремих показників, задіяних у дослідженні, та їх значущості [59, с. 77].

Досліджуючи конкурентоспроможність підприємства, економісти намагаються охопити найрізноманітніші сторони його діяльності. Підходи й методи, які пропонується для цього застосовувати, відзначаються розмаїтістю, а сам процес – складністю. Як зазначає О. Тищенко, проблема оцінки конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах обтяжена стохастичністю поточних процесів, зростаючою нестабільністю зовнішнього середовища, невизначеністю політичних і правових рішень і посиленням конкурентного тиску з боку розвинутих країн [220, с. 302]. Складність цієї оцінки Л. Піддубна вбачає в тому, що підприємство здійснює активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем, отже, необхідно опрацьовувати внутрішні і зовнішні інформаційні потоки [143, с. 98-99]. Дослідник С. Савчук звертає увагу на багатоманітність простору показників, що

характеризують різні аспекти діяльності підприємства, відмінність їх природи й об'єктивні труднощі приведення сукупності таких показників до спільного знаменника [179, с. 321].

Основні питання методології оцінювання конкурентоспроможності підприємства стосуються вибору відповідного критерію та показників. За допомогою критерію повинні бути відображені окремі сторони досліджуваного явища. Він повинен узагальнити інформацію, що передається показниками, й відобразити стан досліджуваного явища. Як зазначає Л. Піддубна, критерії й показники конкурентоспроможності підприємства співвідносяться як загальне й одиничне [143, с. 105].

Критерій виступає мірилом, яке відображає оцінку конкурентоспроможності. Залежно від способу відображення цієї оцінки виділяють групу аналітичних методів оцінки. Їх застосування передбачає розрахунок критеріїв оцінки на основі використання статистичної інформації про діяльність підприємств, стан середовища, в якому відбувається конкурентне змагання, та методів його оцінки.

Іноді в економічній літературі зустрічаються пропозиції щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства диференціальним методом на основі якогось окремого показника їх діяльності – ринкової частки, норми рентабельності та ін. У сучасних вітчизняних публікаціях вони зазвичай сприймаються критично. Домінує теза про доцільність застосування комплексного підходу, який передбачає врахування групи показників, що відображають різні характеристики підприємства, результати його діяльності, а згодом зводяться в єдину інтегральну оцінку.

За множиною характеристик може бути здійснене ранжування сукупності підприємств-конкурентів, визначення рейтингової оцінки кожного з них. Ранжування суб'єктів господарської діяльності полягає в тому, що за допомогою досить нескладних розрахунків (дод. Д) встановлюють місце кожного з них серед основних конкурентів. Однак ранжування не показує ступінь відставання одних підприємств від інших і, зважаючи на велику кількість сільськогосподарських підприємств на регіональному ринку, не має в дослідженні конкурентоспроможності суб'єктів галузі значної аналітичної цінності.

Метод рейтингової оцінки дає змогу не тільки встановити місце кожного підприємства серед його конкурентів, а й отримати кількісні

параметри відхилення окремих характеристик від найкращих. Послідовність здійснення такої оцінки полягає в такому:

1. Обґрунтовується система параметрів, за якими здійснюватиметься оцінка конкурентоспроможності досліджуваної сукупності підприємств.

2. Визначені параметри зводяться в матрицю (a_{ij}) , де у рядках відображаються окремі показники в розрізі підприємств, $i = 1 \dots n$ – номери показників, у стовпчиках – сукупності показників, що характеризують окремі підприємства, $j = 1 \dots m$.

3. Для кожного показника зі сукупності підприємств визначається найкраще значення, яке заноситься у стовпчик еталонного підприємства $m + 1$.

4. Формується матриця стандартизованих показників, окремі параметри якої x_{ij} займають місце параметрів a_{ij} і визначаються за формулою:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{a_{i(m+1)}}. \quad (2.8)$$

5. Визначається рейтингове число кожного підприємства (R_j) за формулою:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (1 - x_{ij})^2}. \quad (2.9)$$

Найвищий рейтинг матиме підприємство з досліджуваної сукупності з найменшим значенням R .

Застосування формули (2.9) не враховує важливості окремих критеріїв. Цей недолік може бути усунутий за використання методу балів. Взавши таку саму вихідну матрицю оціночних показників, як і у разі застосування методу рейтингової оцінки, узагальнену оцінку конкурентоспроможності j -го підприємства (K_j) визначаємо за формулою:

$$K_j = \sum_{i=1}^n \frac{a_{ij}}{a_{i(m+1)}} \cdot B_{\max} \cdot p_i, \quad (2.10)$$

де B_{\max} – максимально встановлений бал оцінювання окремого параметра; p_i – значущість окремого параметра, відображена коефіцієнтом.

Слід використовувати однакоvu шкалу для оцінювання окремих параметрів, наприклад, десятибальну. Тоді для кожного параметра $B_{\max} = 10$, а значущість окремих параметрів відобразатимуть лише

вагові коефіцієнти p_i , які змінюються від 0 до 1, причому $\sum p_i = 1$. Зазвичай вагові коефіцієнти встановлюються експертним шляхом. Більша кількість набраних балів свідчатиме про вищу рейтингову оцінку підприємства серед його конкурентів. Сама ж оцінка, окрім рейтингу, відображає й наближення оцінюваного суб'єкта господарювання до інших його конкурентів.

Серед аналітичних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств за системою показників-характеристик виділяється модель оцінки на основі положень теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією, рівень конкурентоспроможності залежить від організації роботи всіх підрозділів і служб, ефективності використання всіх видів ресурсів. Застосування методики передбачає оцінку використання окремих видів ресурсів у формі групових показників, які зводяться в узагальнюючий показник конкурентоспроможності підприємства (інтегральний коефіцієнт). Групові й інтегральні показники визначаються з урахуванням значущості окремих параметрів.

В економічній літературі зустрічаються різноманітні пропозиції щодо переліку показників, які рекомендується враховувати під час визначення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства. Вони різняться кількістю критеріїв, які пропонується враховувати в інтегральному показникові, їх змістом, вагомістю окремих критеріїв, способами зведення одиничних параметрів в інтегральний. На нашу думку, перелік критеріїв та алгоритм їх опрацювання повинні формуватися, виходячи з певних принципів їх підбору, серед яких виділимо принципи системності, доступності інформації, об'єктивності, конструктивності [277, с. 317].

Виходячи з принципу системності, відібрані показники повинні відображати всі основні сторони діяльності підприємства. Водночас слід уникати дріб'язковості й дублювання. Увага аналітика на стадії визначення інтегрального показника не повинна відволікатися надмірною деталізацією розрахунків. Після встановлення цього показника за потреби може бути проведений додатковий аналіз, який покаже, за рахунок яких саме обставин, умов підприємство зуміло сформува-ти конкурентну перевагу чи дозволило сформува-ти таку перевагу своїм основним конкурентам.

Застереження стосовно уникнення надмірної деталізації особливо актуальне, якщо зважати на необхідність опрацювання інформації не тільки щодо досліджуваного підприємства, а й щодо його основ-

них конкурентів. Тому під час розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства повинен дотримуватися принцип доступності інформації. Доцільно орієнтуватися на використання форм статистичної звітності підприємства як джерел даних.

Принцип об'єктивності передбачає, що отриманий результат має відображати реальний стан досліджуваного явища в усіх формах його прояву. При цьому йдеться не стільки про об'єктивність використаної інформації (це не підлягає дискусії), скільки про підходи аналітика до її використання. Маніпулювання з підбиранням порівнюваного підприємства та сукупності досліджуваних показників може вплинути на отриманий інтегральний результат. Переважає думка, що як базу для порівняння слід використовувати дані підприємства – лідера галузі в регіоні. Набір досліджуваних характеристик може варіювати залежно від конкретної ситуації, але варто ці варіації звести до мінімуму.

Суб'єктивізм аналітика проявляється й у визначенні ваги окремих критеріїв під час розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності. Переважно в наукових публікаціях зазначається, що їх визначають опитуванням експертів. Водночас не слід ігнорувати статистичний метод визначення ваг. Він полягає у встановленні кореляційного зв'язку між досліджуваним показником – чинником конкурентоспроможності й певним результативним показником діяльності підприємства, який може свідчити про реалізацію ним конкурентних переваг.

Дотримання принципу конструктивності означає на практиці забезпечення значущості результатів проведеного дослідження. Ці результати повинні бути використані для обґрунтування конкретних заходів, спрямованих на зміцнення конкурентоспроможності підприємства. Тому для оцінки конкурентоспроможності слід розглядати насамперед ті сторони діяльності підприємства, в які можна внести принципові зміни. Спірними, наприклад, вважаємо пропозиції щодо врахування для визначення конкурентоспроможності підприємств певної галузі в області таких чинників, як інвестиції в житлове будівництво, кількість магазинів роздрібною торгівлі, вищих навчальних закладів, докторів і кандидатів наук та ін. [78, с. 174-175, 199].

Варто окремо виділити принцип неперервності, який повинен дотримуватись в оцінці конкурентоспроможності підприємства. Показники за окремий період не спроможні повною мірою відобразити

перебіг конкурентних відносин та його вплив на стан підприємства. Тому погоджуємося з пропозицією Ю. Іванова про доцільність і необхідність створення на рівні підприємства системи моніторингу як власних конкурентних позицій, так і чинників конкурентоспроможності [78, с. 92].

Зазначені принципи повинні дотримуватися й для обґрунтування алгоритму оцінки за інтегральним показником конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Нерідко дослідники пропонують враховувати для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства критерій конкурентоспроможності його продукції [78, с. 180; 79, с. 84; 123, с. 225; 143, с. 102]. У дослідженні конкурентних відносин в аграрному секторі можливість застосування такого підходу є спірною, хоча конкурентоспроможність продукції окремого агровиробника може використовуватися як окремий, доповняльний критерій його конкурентоспроможності.

Ми вже обґрунтовували тезу, що для переважної більшості сільськогосподарської продукції, виробленої аграрними підприємствами, як критерій її конкурентоспроможності може бути використаний рівень рентабельності. Оскільки для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства вже враховується ефективність його діяльності, йдеться про подвійне використання інформації про певну характеристику діяльності підприємства. Лише невелика частка сільськогосподарських підприємств спеціалізується на виробництві такої продукції, інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності якої доцільно розраховувати за формулою (2.4), і він нестиме інформацію, що її слід додатково враховувати під час визначення конкурентоспроможності підприємства.

Сумніви викликає й доцільність врахування в інтегральному показникові конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства зайнятої ним частки ринку. Ця частка зазвичай використовується для характеристики ринкової активності підприємства. Науковці М. Малік та О. Нужна визначають частку аграрного підприємства на ринку діленням виручки від реалізації продукції на виручку від реалізації сільськогосподарської продукції загалом в області [103, с. 66]. Однак, як неодноразово підкреслювалося, сільськогосподарські підприємства функціонують на ринку монополістичної чи досконалої конкуренції. Зазвичай їх частка в продажі окремих видів продукції є

досить невеликою, до того ж залежить від розмірів підприємства. Ефект масштабу виробництва пропонується враховувати для оцінки конкурентного потенціалу підприємства. Ми не відкидаємо повністю доцільність врахування розмірів сільськогосподарського підприємства в дослідженні його конкурентоспроможності. Водночас не вважаємо за доцільне включати розмір ринкової частки в інтегральний показник його конкурентоспроможності.

Попри існування найрізноманітніших пропозицій щодо сукупності показників для оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі положень теорії ефективної конкуренції та способів їх зведення в інтегральний коефіцієнт, застосування методики передбачає певний уніфікований набір процедур (рис. 2.6.).



Рис. 2.6. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі теорії ефективної конкуренції [279, с. 93].

Формування системи первинної інформації та принципів її оцінювання залежить від поставленого завдання: ідентифікувати сильні

й слабкі сторони в діяльності підприємства за допомогою аналізу чинників конкурентоспроможності, визначити місце підприємства серед інших підприємств галузі (основних конкурентів), оцінити його інвестиційну привабливість тощо. Одержаний за результатами розрахунку інтегральний показник конкурентоспроможності – це не завершення оцінки, а лише окрема її стадія. Проводиться аналіз отриманого результату, виходячи з поставленого завдання. За допомогою факторного аналізу встановлюють причини відхилення від бази порівняння (еталону) тих характеристик підприємства, які визначені як найважливіші – ключові чинники конкурентоспроможності. Формулюють висновки, з урахуванням яких обґрунтовують систему подальших дій.

Окрім аналітичних в оцінці конкурентоспроможності підприємства використовуються й графічні методи. Вони передбачають відображення результатів дослідження у графічній формі. До графічних належать, зокрема, методи багатокутника, або радара, профілів підприємства.

Метод радара передбачає відкладення на шкалах – осях, що виходять з центра круга, значень досліджуваних чинників конкурентоспроможності. Чим вища оцінка чинника, тим далі від центра круга відкладається її значення. З'єднавши відкладені на осях точки, отримаємо радар конкурентоспроможності підприємства. Площа радара (багатокутника) відносно площі круга, всередині якого він побудований, виступає інтегральним показником оцінки конкурентоспроможності підприємства. На думку окремих дослідників, трудомісткість побудови й обрахунку площ багатокутників компенсується наочністю графічної інтерпретації отриманого результату [78, с. 89; 79, с. 34]. Графічні методи оцінки конкурентоспроможності мають насамперед демонстраційне призначення.

Графічні елементи зустрічаються і в окремих матричних методах, задіяних у дослідженні конкурентоспроможності. Популярними серед дослідників є посилання на матрицю BCG (Бостонської консультативної групи), модель GE/McKingsey, матрицю Ансоффа, Санкт-Петербурзького державного технічного університету та ін.

Не вдаючись у детальний аналіз достоїнств окремих матричних методів (це належним чином висвітлено в багатьох підручниках і монографіях), відзначимо основну їх особливість: вони дають змогу оцінити вплив зовнішнього середовища на формування конкурентної

позиції підприємства, відобразити результати конкурентної боротьби за участю підприємства в динаміці. Часто вживаний термін “матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства” вважаємо не зовсім коректним. Правильніше вести мову про матричні методи оцінки позиції підприємства в конкурентному середовищі (конкурентної позиції) або про методи аналізу конкурентних переваг [59, с. 97]. Результати їх застосування доповнюють оцінку конкурентоспроможності, для визначення якої використовуються лише результати діяльності підприємства [277, с. 322].

Матричні методи здатні зайняти належне місце в дослідженні конкурентних відносин в аграрному секторі. Це пов’язано з динамічними змінами, які відбуваються у цій сфері економіки. В аграрному бізнесі появляються серйозні гравці – великі багатопрофільні підприємства, які намагаються знайти оптимальну для себе спеціалізацію, поведінку на ринку. Цим підприємствам доводиться враховувати помітні кон’юнктурні коливання й різнонапрямлені тенденції на окремих ринках сільськогосподарської продукції. Загострюється конкурентна боротьба за право використання земельних ресурсів, зростає роль новачків у діяльності сільськогосподарських підприємств. Відзначимо і той факт, що у великих сільськогосподарських підприємствах формуються колективи менеджерів, які готові застосовувати сучасні методи визначення стратегій розвитку цих формувань, контролю за їх конкурентними позиціями.

Вибір методів оцінки конкурентоспроможності суб’єкта господарювання залежить від рівня підготовки чи уподобань дослідника, наявної в нього інформації. Окремі методи можуть використовуватися у комплексі, що дає змогу охарактеризувати досліджувані явища з різних позицій. Відібрані методи оцінки, доповнені іншими методами дослідження, повинні сформувати цілісну методику дослідження конкурентоспроможності підприємства.

2.3. Методика дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства

Початковим етапом будь-якого дослідження є формування мети, визначення переліку завдань, які поставлені перед дослідником. Уже на цьому етапі визначаються особливості методики дослідження.

Здебільшого дослідження конкурентоспроможності здійснюється для потреб менеджменту конкретного підприємства. Погоджуємося з О. Ковтуном, який зазначає, що конкурентоспроможність доцільно розглядати (оцінювати й забезпечувати) лише для підприємств, які ставлять перед собою певну мету і прагнуть її реалізувати у процесі свого функціонування [75, с. 90]. Дослідження проводяться силами економічних служб підприємства, які мають обмежений доступ до інформації про інших суб'єктів господарювання. Непотрібно вивчати діяльність багатьох підприємств галузі в регіоні, достатньо сконцентрувати увагу на кількох найефективніших.

Особливості поставленої перед дослідниками задачі можуть визначатися такими обставинами:

- керівництво незадоволене результатами діяльності підприємства, доходи якого знижуються, не виключається загроза банкрутства;
- результати діяльності підприємства є задовільними, але керівництво ставить завдання їх поліпшення, розширення обсягів діяльності, орієнтуючись на показники лідерів галузі;
- розробляються плани проникнення підприємства на нові сегменти ринку, диверсифікації його діяльності й у зв'язку з цим ставиться завдання оцінити перспективи в нових ринкових нішах, в іншому конкурентному середовищі.

Усі ці питання постають і перед менеджментом сільськогосподарського підприємства. Крім того, дослідження конкурентоспроможності може здійснюватися для потреб органів державного управління аграрним сектором економіки.

Встановлення за результатами дослідження рейтингової оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств регіону дасть змогу спрогнозувати зміни у складі суб'єктів господарювання, а відтак і в системі аграрного виробництва. За результатами дослідження розробляється система заходів з державного регулювання розвитку галузі, яка враховує диференціацію виробників за рівнем їх конкурентоспроможності. Аналіз проводиться силами фахівців економічних служб органів державного управління району чи області, які мають у своєму розпорядженні досить повний обсяг інформації щодо кожного суб'єкта господарювання. Зазначимо, що економічна класифікація фермерських господарств, яка оцінює їх життєздатність, практикується в США, Японії, інших країнах [72, с. 160].

Постановка задачі є вихідним пунктом складного в усіх відношеннях процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства, схематичний алгоритм якого показано на рис. 2.7. Дослідницькі операції здійснюються на всіх основних етапах цього процесу. Методи, які при цьому застосовують, можна поділити на такі групи:

- методи оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- методи оцінки середовища, в якому функціонує підприємство, та реакції підприємства на зміни в середовищі;
- методи аналізу результатів конкурентної стратегії підприємства.



Рис. 2.7. Алгоритм забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Виходячи зі сформульованого нами визначення конкурентоспроможності підприємства як його здатності здійснювати упродовж тривалого часу ефективну діяльність, для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств вважаємо найприйнятнішим застосування методу, що базується на положеннях теорії ефек-

тивної конкуренції. Передбачаючи використання даних статистичної звітності підприємств, він дає змогу встановити кількісні індикатори конкурентоспроможності та простежити особливості їх формування на основі чинників нижчого порядку.

Враховуючи специфіку конкурентних відносин в аграрному секторі, сформулюємо пропозиції щодо методики визначення інтегрального показника конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств певного регіону. Вважаємо за доцільне проводити дослідження за такими груповими критеріями: ефективності виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності його комерційної діяльності.

У груповому критерії ефективності виробничої діяльності (ЕВ) повинен відображатися стан виробничого потенціалу підприємства, організація його використання. Для визначення цього критерію пропонуємо враховувати такі параметри: відносний показник собівартості продукції (K_c), відносний показник зносу основних засобів (K_z), відносний показник оплати праці ($K_{оп}$), використовуючи формулу:

$$ЕВ = 0,25 \cdot K_c + 0,42 \cdot K_z + 0,33 \cdot K_{оп}. \quad (2.11)$$

Рівень собівартості сільськогосподарської продукції залежить від застосовуваних технологій, раціонального використання виробничих ресурсів, технологічної ефективності сільськогосподарського виробництва. У ньому технологічні чинники конкурентоспроможності перетворюються на економічний критерій, що характеризує наявність у підприємства конкурентних переваг високого ієрархічного рівня.

Важливим чинником конкурентоспроможності аграрних підприємств є рівень забезпечення їх основними засобами, який відображає стан матеріально-технічної бази. Зважаючи на відмінності в спеціалізації сільськогосподарських підприємств, термінах і способах формування складу основних засобів, рівня їх завантаження, дуже складно підібрати базу для порівняння, яка б дала змогу залучити показники фондозабезпечення та фондоозброєності окремого підприємства до оцінки конкурентоспроможності [144]. Тому пропонуємо в груповому показникові ефективності виробничої діяльності враховувати рівень зносу основних засобів, а згодом, за необхідності, провести порівняльний аналіз ефективності їх використання.

Ця позиція сформульована на підставі вивчення показників наявності та використання основних засобів у низці сільськогосподарсь-

ких підприємств західних областей України. Встановлений тісніший зв'язок між ефективністю функціонування цих підприємств та їх зусиллями з оновлення основних засобів, аніж між фондозабезпеченістю й фондовіддачею та ефективністю господарської діяльності. До того ж рівень зносу основних засобів є характеристикою потенціалу, що використовуватиметься у перспективі.

У рівневі оплати праці відображаються ефективність використання трудових ресурсів підприємства, характеристики його менеджменту. Практично немає аграрних підприємств, які б, незважаючи на проблеми в господарській діяльності, підтримували відносно високий рівень оплати праці. Натомість у багатьох підприємствах галузі, попри високі показники економічної ефективності, середній рівень оплати праці залишається відносно низьким. Недостатній рівень мотивації негативно позначається на конкурентоспроможності підприємств. Отже, зважаючи на вагомість і зручність розрахунку цього показника соціальної ефективності, використовуємо його для визначення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Здебільшого сільськогосподарські підприємства виробляють кілька видів продукції. Для визначення відносного показника собівартості пропонуємо враховувати ті види сільськогосподарської продукції, які визначають спеціалізацію підприємства, займають помітне місце в його економіці. Пропонуємо враховувати інформацію щодо тих видів продукції, які забезпечують не менше ніж 10% грошових надходжень підприємства. Розрахунок відносного показника собівартості здійснюємо за формулою:

$$K_c = \sum Vc_i \cdot a_i, \quad (2.12)$$

де Vc_i – одиничний відносний показник собівартості продукції; a_i – частка виручки від реалізації i -го виду продукції в загальній виручці від реалізації продукції основних галузей підприємства, причому $\sum a_i = 1$.

Оскільки в аграрному секторі навіть у найкращих сільськогосподарських підприємствах певного регіону виробництво окремих видів сільськогосподарської продукції може бути збитковим, розрахунок Vc_i слід здійснювати за системою формул:

$$Vc_i = \begin{cases} \frac{C_i^{\min}}{C_i} & \text{при } C_i^{\min} \leq C \\ & \end{cases} \quad (2.13)$$

$$0 \text{ при } C_i^{\min} > Ц$$

де C_i – повна собівартість 1 ц i -го виду реалізованої сільськогосподарської продукції; C_i^{\min} – мінімальна собівартість 1 ц i -го виду реалізованої сільськогосподарської продукції по сукупності підприємств; $Ц$ – максимальна ціна реалізації i -го виду продукції у сукупності підприємств з урахуванням дотацій.

Відносні показники зносу основних засобів та оплати праці визначаємо порівнянням показників досліджуваного підприємства з кращими значеннями відповідних показників у сукупності досліджуваних підприємств.

Невід’ємним атрибутом переважної більшості методик оцінки конкурентоспроможності підприємства є використання фінансових коефіцієнтів. Вони відзначаються універсальністю застосування, виступають важливою узагальнюючою якісною характеристикою підприємства [290, с. 411]. Груповий показник фінансового стану підприємства (ФС) пропонуємо визначати на основі відносних показників трьох коефіцієнтів – загальної ліквідності ($K_{зл}$), фінансової автономії ($K_{фа}$), рентабельності активів ($K_{ра}$) за формулою:

$$ФС = 0,13 \cdot K_{зл} + 0,55 \cdot K_{фа} + 0,32 \cdot K_{ра} \quad (2.14)$$

Коефіцієнт загальної ліквідності характеризує міцність позицій підприємства у короткостроковій перспективі. Зазвичай зазначається, що рекомендоване його значення – не менше ніж 2. Однак проведений нами аналіз показав, що для нормального функціонування сільськогосподарських підприємств він повинен бути значно вищим – не менше ніж 3-4. Це пов’язано з великим обсягом у складі оборотних активів підприємств галузі матеріальних оборотних засобів із тривалим періодом зберігання (використання): кормів власного виробництва, поточних біологічних активів, незавершеного виробництва, нерелізованих залишків продукції. Відносний показник загальної ліквідності $K_{зл}$ визначаємо таким чином:

$$K_{зл} = \begin{cases} \frac{ЗЛ}{ЗЛ_{\max}} & \text{при } ЗЛ \geq 1 \\ 0 & \text{при } ЗЛ < 1 \end{cases} \quad (2.15)$$

де $ЗЛ$, $ЗЛ_{\max}$ – коефіцієнти загальної ліквідності (покриття) відповідно в i -му підприємстві та максимальний у сукупності підприємств.

Коефіцієнт фінансової автономії (концентрації власного капіталу) відображає міцність позицій підприємства у довгостроковій перспективі. Для визначення відносного показника фінансової автономії ($Кфа$) використовуємо наступні формули;

$$Кфа = \begin{cases} \frac{\Phi A}{\Phi A_{\max}} & \text{при } \Phi A \geq 0,5 \\ 0 & \text{при } \Phi A < 0,5 \end{cases} \quad (2.16)$$

де ΦA , ΦA_{\max} – коефіцієнти фінансової автономії відповідно в i -му підприємстві та максимальний у сукупності підприємств.

Рівень рентабельності активів є одним з основних показників прибутковості підприємства. Провідні вітчизняні економісти-аграрники зазначають, що для сільськогосподарської галузі прибутковість варто вважати узагальнюючим показником конкурентоспроможності [54, с. 7; 103, с. 4; 112, с. 8]. Рентабельність активів співвідносить кінцевий фінансовий результат підприємства (чистий прибуток) з використаним для його досягнення капіталом, враховує всі форми державної підтримки аграрного сектора. Відносний показник рентабельності активів визначаємо за такою системою формул:

$$Кра = \begin{cases} \frac{РА}{РА_{\max}} & \text{при } РА > 0 \\ 0 & \text{при } РА \leq 0 \end{cases} \quad (2.17)$$

де $РА$, $РА_{\max}$ – коефіцієнти рентабельності активів відповідно по i -му підприємству та максимальний по сукупності підприємств.

Ціни, за якими сільськогосподарські підприємства реалізують свою продукцію, не є абсолютно однаковими. Рівень цін залежить від якості продукції, терміну й напрямку її продажу. Візьмемо до уваги й дотації, які одержують аграрні підприємства за рахунок бюджетних коштів та податку на додану вартість. Варіація цін, за якими реалізують свою продукцію сільськогосподарські підприємства, свідчить про ефективність їх комерційної діяльності, адаптацію до вимог ринку, спроможність забезпечувати умови отримання бюджетної підтримки. Враховуючи ціни продажу тих видів продукції, які визначають

спеціалізацію окремих підприємств, груповий показник ефективності комерційної діяльності (ЕК) визначаємо за формулою:

$$ЕК = \sum V_{y_i} \cdot a_i, \quad (2.18)$$

де V_{y_i} – відношення ціни i -го виду продукції з урахуванням дотацій в досліджуваному підприємстві до максимальної ціни на цей вид продукції з урахуванням дотацій у сукупності підприємств.

Коефіцієнти значущості (ваги) при відносних показниках у формулах (2.11) і (2.14) визначені нами за результатами регресійного аналізу. Опрацьовані дані за сукупністю сільськогосподарських підприємств Горохівського району Волинської області (дод. Е). Досліджували вплив чинників – зазначених у формулах відносних величин на результативну ознаку – темп зростання власного капіталу підприємства (підсумку I розділу пасиву балансу) упродовж року. Останній показник вважаємо індикатором зміцнення конкурентоспроможності підприємства. У розрахунках використані отримані за результатами регресійного аналізу β -коефіцієнти, які відображають ефект впливу окремих чинників на формування групового показника ефективності виробництва та групового показника фінансового стану. Саме на основі встановлених β -коефіцієнтів зроблені висновки про вагомість впливу окремих чинників на формування групового показника ефективності виробництва та групового показника фінансового стану.

Дещо несподіваним може видатися відносно низький коефіцієнт значущості відносного показника собівартості продукції у формулі (2.11). Однак у своїх дослідженнях ми нерідко спостерігали відсутність в аграрних підприємствах Західної України чітко вираженого зв'язку між показниками технологічної ефективності виробництва окремих показників сільськогосподарської продукції та їх собівартості. Відзначимо й такий факт: провідні українські вчені визначили нормативні показники витрат із розрахунку на одиницю посівної площі чи поголів'я тварин у цінах 2008 року, необхідні для отримання певного рівня урожайності чи продуктивності тварин [227]. Відповідна їм собівартість окремих видів продукції значно перевищувала фактичні показники, досягнуті більшістю сільськогосподарських підприємств країни в зазначеному році.

Не вважаємо випадковим досить високий показник ваги коефіцієнта фінансової автономії у формулі (2.14). Окремі сільськогосподарські підприємства Горохівського району продемонстрували в досліджуваному періоді відносно задовільні показники ефективності ви-

робничої діяльності, однак закінчили цей період з великим тягарем запозичень, й у них коефіцієнти фінансової автономії були нижчими за критичні значення. Отож, постає питання про сам факт подальшого існування таких підприємств, і це повинно було певним чином відобразитися в інтегральних показниках їх конкурентоспроможності.

Ваги, які відображають значущість окремих групових показників у формулі для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств (КП), визначені нами за допомогою експертів з-посеред числа наукових працівників Львівського національного аграрного університету та фахівців з виробництва. Було застосовано метод Дельфі, який передбачає повторне опитування для уточнення окремих позицій. У результаті виведена формула для визначення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства:

$$\text{КП} = 0,4\text{ЕВ} + 0,4\text{ФС} + 0,2\text{ЕК} \quad (2.19)$$

Кожен із компонентів, задіяних в розрахунку групових та інтегрального коефіцієнтів конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, формується під впливом низки факторних ознак, що можуть бути ідентифіковані як чинники конкурентоспроможності. Після розрахунку інтегрального коефіцієнта дослідження продовжується: використовуючи прийоми факторного аналізу, встановлюємо причини відхилення окремих показників підприємства, конкурентоспроможність якого вивчаємо, від базисних параметрів. Наприклад, причиною високої собівартості сільськогосподарської продукції можуть бути низькі урожайність культур і продуктивність тварин. Встановлюємо, чи є у підприємства можливість підвищити технологічну ефективність виробництва до прийнятного рівня. За відсутності такої слід приймати рішення про зміни в спеціалізації підприємства, і це слід відобразити в стратегії його розвитку.

Для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства за базу для порівняння доцільно використовувати кращі показники в сукупності суб'єктів галузі регіону, тобто умовне (еталонне) підприємство з найкращими характеристиками. Слід враховувати той факт, що в аграрному секторі окремі показники навіть найкращого в регіоні підприємства можуть бути незадовільними, а тому недопустимо беззастережно приймати їх за базу для порівняння. На жаль, сьогодні не є рідкістю ситуація, коли навіть найкращі сільськогосподарські підприємства певного району не можуть виступати зраз-

ком для наслідування. Тоді доводиться орієнтуватися на результати господарської діяльності підприємств з інших адміністративних районів відповідної природно-кліматичної зони.

Порівнюваними повинні бути основні характеристики продукції підприємств, конкурентоспроможність яких досліджується, тотожними – напрями реалізації цієї продукції. Наприклад, не слід порівнювати результати діяльності типового підприємства зі зерновою спеціалізацією і господарства, що спеціалізується на виробництві насіннєвого зерна.

Актуальним є питання про можливість порівняння показників сільськогосподарських підприємств, що помітно різняться розмірами. Зазвичай характеристики, запропоновані нами до аналізу в дослідженні конкурентоспроможності в аграрному секторі, можуть належати підприємствам з параметрами концентрації виробництва, які істотно різняться. Ймовірно, в ході дослідження буде встановлено, що саме чинник концентрації виробництва спричинив суттєвий вплив на формування конкурентної переваги, і цей факт слід врахувати в обґрунтуванні стратегії подальшої діяльності. З іншого боку, якщо є можливість виділити як базу для порівняння високоефективне підприємство, яке за розмірами належить до одного класу з порівнюваним, її не варто ігнорувати.

Порівняння з показниками кращих підприємств галузі для оцінки конкурентоспроможності підприємства є елементом бенчмаркінгу – методу конкурентного аналізу. Суть бенчмаркінгу полягає у вивченні досвіду діяльності лідерів галузі й використанні його в діяльності власної організації. У процесі дослідження виявляються структури, які досягли високої ефективності у відповідній галузі, встановлюються способи, якими ці структури досягли таких результатів, вивчається можливість впровадження відповідних принципів діяльності у власних умовах.

Перспективи застосування бенчмаркінгу в аграрному секторі надзвичайно широкі. Пов'язано це з тим, що сільськогосподарські виробники, зважаючи на специфіку аграрного ринку, не вбачають в інших суб'єктах галузі безпосередніх конкурентів і охоче діляться набутим досвідом. Серед великої кількості підприємств галузі завжди можна знайти зразок для наслідування. Аграрний бенчмаркінг набув міжнародних масштабів, свідченням чого є численні проекти за участю представників різних країн.

Запропонована нами методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств апробована на сукупності господарств Горохівського району Волинської області. Отримані результати зведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Розподіл сільськогосподарських підприємств Горохівського району за інтегральним показником конкурентоспроможності, 2008 р.*

Показник	Група підприємств за значенням інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності			У середньому в сукупності
	I група 0 – 0,400	II група 0,401 – 0,650	III група 0,651 – 1	
Кількість підприємств у групі	4	7	4	15
Середній інтегральний показник конкурентоспроможності	0,382	0,538	0,747	0,552
Середній груповий показник ефективності виробничої діяльності	0,555	0,552	0,727	0,600
Середній груповий показник фінансового стану	0,097	0,429	0,695	0,396
Середній груповий показник ефективності комерційної діяльності	0,716	0,730	0,891	0,769
Темп зростання власного капіталу упродовж року, %	79,1	100,3	125,8	114,1

* Розраховано з використанням форм статистичної звітності сільськогосподарських підприємств району.

За інтегральним показником конкурентоспроможності всі підприємства району розділені на три основні групи. До першої увійшли підприємства з високим рівнем конкурентоспроможності ($0,65 < \text{КП} < 1$). Це суб'єкти господарювання з потужним виробничим потенціалом, міцним фінансовим станом, ефективним менеджментом. Вони є лідерами галузі й мають хороші перспективи подальшої прибуткової діяльності.

До другої групи віднесені сільськогосподарські підприємства з інтегральним коефіцієнтом конкурентоспроможності у проміжку між 0,4 і 0,65. Перспективи їх подальшого функціонування чітко не визначені. Окремі показники їх господарської діяльності можна оцінити як задовільні. Однак вони не набули системного характеру. У процесі дослідження визначають, поліпшення яких саме характеристик підприємства є пріоритетним для підвищення рівня його конкурентоспроможності.

До третьої групи увійшли підприємства з найнижчим рівнем конкурентоспроможності ($KП < 0,4$). Індикатором їх складного становища стало помітне зменшення упродовж року вартості власного капіталу. Позитивні зміни в діяльності таких підприємств можливі після зовнішнього втручання у вигляді інвестицій та/або принципових змін у стратегії діяльності.

Спостерігається чітко виражена залежність між інтегральним коефіцієнтом конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та показниками їх фінансового стану. Виділимо високу варіацію окремих коефіцієнтів фінансового стану, яка помітно переважає варіацію інших характеристик діяльності досліджуваних підприємств. Натомість диференціація показників ефективності виробничої діяльності, особливо серед підприємств з найгіршими й середніми значеннями інтегральних коефіцієнтів конкурентоспроможності, не настільки помітна. Звичним явищем для багатьох сільськогосподарських підприємств є поєднання задовільних і вкрай негативних результатів виробничої діяльності.

Уточнимо особливості запропонованої нами методики визначення інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та місце, яке він займає в дослідженні конкурентоспроможності цих підприємств:

1. Розрахунок інтегрального коефіцієнта ґрунтується на використанні відносно невеликої кількості одиничних параметрів і групових показників;

2. У визначенні ваг одиничних показників опираємося на результати регресійного аналізу залежності індикатора зміцнення конкурентоспроможності – темпу росту власного капіталу підприємств від системи чинників. Окремі позиції уточнюються думкою експертів. Накопичення емпіричних результатів дасть змогу посилити обґрунтованість окремих ваг;

3. Після визначення інтегрального показника за допомогою факторного аналізу встановлюють, наскільки вагомими будуть ті чи інші зміни в окремих результатах господарської діяльності стосовно зміцнення конкурентоспроможності підприємства [279, с. 97].

Рівень конкурентоспроможності підприємства формується під впливом сукупності внутрішніх і зовнішніх чинників з різним (позитивним і негативним) напрямом впливу. Аналітик повинен оцінити можливі комбінації, які виникають внаслідок суміщення впливу цих чинників. Інструментом, який дозволяє здійснити відповідне дослідження, є SWOT-аналіз. З його допомогою із загальної сукупності чинників виділяють найсуттєвіші сильні (*strengths*) і слабкі (*weaknesses*) сторони підприємства, можливості (*opportunities*) і загрози (*threats*), які створює для цього підприємства зовнішнє середовище. При цьому сильні сторони підприємства розглядаються як його конкурентні переваги, слабкі сторони – як недоліки, можливості – як чинники зовнішнього середовища, використання яких створює конкурентні переваги досліджуваному підприємству, загрози – як зовнішні чинники, що погіршують рівень його конкурентоспроможності [75, с. 37].

SWOT-аналіз не дає однозначної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, але дозволяє осмислити й упорядкувати використовувану дослідником інформацію. Його результати відображають наявність у підприємства перспектив, на які слід звернути увагу під час обґрунтування стратегії подальшого розвитку, та вказують на проблеми, які ослаблюють підприємство, знижують рівень його конкурентоспроможності, а тому вимагають вирішення. Здійснюючи SWOT-аналіз після оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства за інтегральним показником, ми вже бачимо сильні й слабкі сторони досліджуваного суб'єкта господарювання та можемо оцінити значущість окремих із них. Здійснення його групою фахівців підприємства, яке передбачає обмін думками (дискусію), дасть змогу виробити єдину позицію щодо стратегії подальших дій.

Варто зазначити, що метою SWOT-аналізу не є з'ясування всіх сильних і слабких сторін підприємства, потенційних можливостей і загроз. Це надто складно й неефективно. Слід зосередитися на тих із них, які можуть стати ключовими чинниками успіху чи невдачі, а надто широкий перелік досліджуваних позицій нівелює те, що є найважливішим [105, с. 80].

Аналіз зовнішнього середовища проекту на варто обмежувати лише SWOT-аналізом. Практичне значення має вивчення особливостей реакції підприємства на зміну зовнішніх умов. Досліджуючи конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств, варто порівняти її з реакцією інших підприємств галузі. Як індикатор може бути використана відносна зміна (темп зростання) виручки від реалізації продукції. Якщо темп зростання виручки певного підприємства у звітному році порівняно з базисним перевищує аналогічний середній показник у сукупності сільськогосподарських підприємств регіону, можна стверджувати, що воно краще за інших пристосувалося до умов зовнішнього середовища, тобто рівень його конкурентоспроможності є відносно високим, і навпаки. Однак слід враховувати, що останніми роками в окремих підприємствах приріст виручки формується за рахунок розпродажу поголів'я худоби, а не ефективної виробничої діяльності.

Майже всі сільськогосподарські підприємства виробляють кілька видів товарної продукції і продають її на різних ринках. Тому варто проаналізувати реакцію підприємства на зміну зовнішніх умов в окремих галузях. Для цього пропонуємо порівнювати темп росту обсягів виробництва певного виду продукції (у натуральній чи вартісній формі) в досліджуваному підприємстві й сукупності підприємств регіону. Опосередковану характеристику конкурентоспроможності окремих видів тваринницької продукції в галузі можна отримати, порівнюючи показники динаміки поголів'я.

Перевищення темпу росту виручки окремого підприємства над аналогічним показником у галузі можна розглядати як збільшення ринкової частки першого. Як зазначалося, ринкова частка підприємства в багатьох методиках вважається одним із показників його конкурентоспроможності. На нашу думку, доцільно аналізувати не саму ринкову частку сільськогосподарських підприємств регіону, а її зміну. У результаті отримаємо важливу інформацію про здатність підприємства адаптуватися до зовнішнього середовища. Окремі автори ототожнюють цю здатність з поняттям конкурентоспроможності підприємства, й у цьому є певне раціональне зерно.

Для дослідження конкурентоспроможності підприємств, спеціалізацію яких визначає виробництво одного виду продукції, та конкурентоспроможності провідних галузей сільськогосподарського підприємства може бути використана методика SPACE-аналізу, адаптова-

на до специфіки аграрного сектора. В основу методики SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation* – оцінки стратегічного становища та дій) покладено аналіз становища підприємства й умов його функціонування за чотирма напрямками, які характеризують внутрішній потенціал підприємства та його оточення – найближче і макросередовище: економічний потенціал підприємства; конкурентні переваги підприємства; привабливість галузі; стабільність середовища (сектора економіки) [252, с. 191-192].

Кожен із напрямів оцінюється за кількома найважливішими для підприємства параметрами в балах. Застосовується експертний спосіб оцінки із зазначенням ваг окремих характеристик. На основі цієї інформації визначаються зважені оцінки за чотирма зазначеними напрямками, які відображають позицію підприємства в ринковому середовищі. Результати аналізу використовуються для визначення стратегії подальшого розвитку підприємства. Можливий перелік критеріїв і приклад їх оцінки наведений в табл. 2.2.

У фермерському господарстві “Клен” Жовківського району Львівської області провідною галуззю є м’ясне скотарство, що нетипово для сільськогосподарських підприємств регіону. На початку 2009 року (на момент дослідження) поголів’я великої рогатої худоби м’ясного напрямку продуктивності становило 1584 голови, і концентрацію виробництва в галузі можна оцінити як оптимальну. Виробництво яловичини було рентабельним. Господарство в цей період характеризувалося відносно міцною матеріально-технічною базою, задовільними економічними показниками.

Кожен із критеріїв оцінений за десятибальною шкалою. Оцінка в балах і ваги окремих характеристик – це суб’єктивна оцінка експертів, якими на практиці зазвичай виступають керівники і фахівці економічних служб підприємства. Вищий бал означає сприятливіші для підприємства обставини. Зокрема, оцінка обсягу заборгованості фермерського господарства “Клен” у 9 балів означає, що воно на момент дослідження практично не мало зовнішніх зобов’язань, які б створювали загрози для його подальшого існування.

Таблиця 2.2

Розрахунок зваженої оцінки критеріїв за методом SPACE для м’ясного скотарства у фермерському господарстві “Клен”, 2009 р.*

Критерій	Оцінка,	Вага кри-	Зважена
----------	---------	-----------	---------

	балів	терію	оцінка, балів
Економічний потенціал підприємства (ЕП)	х	х	6,2
Ресурсний потенціал (земельні ресурси, матеріально-технічна база)	7	0,4	2,4
Рентабельність активів	8	0,2	1,4
Обсяги заборгованості	9	0,2	1,8
Здатність до підвищення рівня капіталізації і залучення коштів із зовнішніх джерел	6	0,1	0,6
Конкурентні переваги підприємства (КП)	х	х	7,0
Масштаб виробництва	10	0,15	1,5
Асортимент та якість продукції	8	0,2	1,6
Здатність удосконалювати технології виробництва	6	0,35	2,1
Рентабельність продукції	6	0,3	1,8
Привабливість галузі (ПГ)	х	х	4,0
Динаміка попиту	4	0,3	1,2
Динаміка ринкових цін	5	0,4	2,0
Монопольний тиск з боку закупівельних підприємств	3	0,2	0,6
Середньогалузевий рівень рентабельності	2	0,1	0,2
Зовнішні умови бізнесу (ЗУ)	х	х	5,1
Рівень державної підтримки	6	0,4	2,4
Вплив науково-технічного прогресу на розвиток галузі	5	0,3	1,5
Інституційні умови розвитку сільськогосподарських підприємств	4	0,3	1,2

* Розраховано з використанням форм статистичної звітності підприємства.

Результати розрахунку зважених критеріїв за методом SPACE відображаються в прямокутній системі координат, де частини осей слугують шкалами для відображення отриманих оцінок (рис. 2.8). Графічним зображенням результатів аналізу є координати точки $P(x; y)$. Їх визначають за формулами:

$$x = ПГ - КП; \quad y = ЕС - ЗУ. \quad (2.20)$$

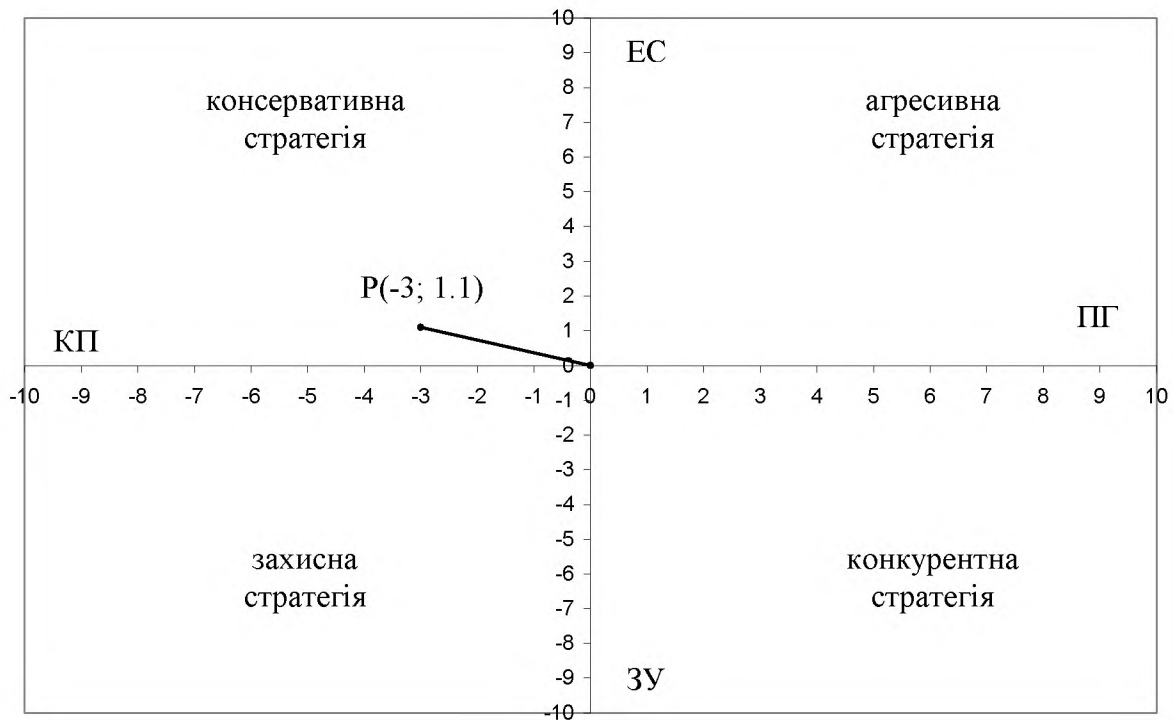


Рис. 2.8. Побудова вектора рекомендованої стратегії розвитку м'ясного скотарства у фермерському господарстві “Клен” за методом SPACE.

У нашому прикладі точка $P(-3; 1,1)$ розміщена у лівому верхньому квадранті й утворений вектор OP рекомендує орієнтуватися на консервативну стратегію. Ця стратегія схвалює зайняту господарством позицію стосовно м'ясного скотарства, пропонує й надалі нарощувати обсяги виробництва яловичини, використовуючи накопичений потенціал, і не вважає за доцільне докладати зусиль для зміцнення існуючих чи створення нових конкурентних переваг. Останнє зумовлене низькою оцінкою привабливості м'ясного скотарства як галузі в регіоні. Загрозу становить конкуренція з боку інших м'ясних галузей – свинарства, птахівництва, імпортерів м'ясних ресурсів, що не дозволяє оптимістично оцінити динаміку попиту та закупівельних цін на яловичину в регіоні. Тому існує небезпека, що кошти, додатково вкладені в інновації, не окупляться через несприятливі умови для розвитку галузі, і консервативна стратегія це враховує.

Не надто оптимістично оцінюються й загальні умови ведення аграрного бізнесу, тенденції в розвитку сільськогосподарських підприємств регіону (оцінка ЗУ). Та це створює для фермерського господарства “Клен” додаткові вигоди. Його відносно потужний економіч-

ний потенціал дає змогу підтримувати на прийнятному рівні ефективність виробництва, а складна ситуація у тваринницьких галузях не передбачає в близькому майбутньому посилення конкурентного тиску з боку місцевих виробників яловичини. Тому консервативна стратегія передбачає, що й надалі спостерігатиметься ефект від уже сформованих у господарства конкурентних переваг.

Що стосується інших квадрантів зображеної на рис. 2.8 матриці, то агресивна стратегія передбачає різке збільшення виробництва та реалізації продукції, оскільки на відповідному ринку склалася для цього сприятлива ситуація. Прикладом її реалізації на практиці є поглиблення спеціалізації багатьох сільськогосподарських виробників на вирощуванні зерна, соняшнику, стрибкоподібна переорієнтація їх в окремі роки на вирощування цукрових буряків, ріпаку, сої. Конкурентна стратегія передбачає створення конкурентних переваг на основі впровадження інновацій, технологічних удосконалень, захисна – рекомендує розглянути питання про згортання виробництва, переорієнтацію на інші сфери бізнесу [252, с. 194].

Результати SPACE-аналізу не варто розглядати як пряму інструкцію до конкретних дій. Визначена з його допомогою оцінка стратегічного становища підприємства в існуючому середовищі доповнює результати дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства та окремих його галузей. Рекомендовані стратегії спрямовані не стільки на зміцнення конкурентних переваг підприємства, скільки на використання тих можливостей, які створює для нього конкурентне середовище.

Важливу інформацію щодо конкурентного середовища отримуємо на основі дослідження низки показників, які характеризують поведінку суб'єктів підприємництва на ринку. Зокрема, інструментом дослідження агропродовольчого ринку є аналіз еластичності попиту на основні продовольчі товари за рівнем доходів споживачів та за ціною. Дослідження окремих показників ринкової кон'юнктури в динаміці дає змогу встановити характер змін у конкурентному середовищі та спрогнозувати тенденції їх подальшого розвитку. Встановлюють, яким чином ці прогнозовані зміни можуть вплинути на рівень конкурентоспроможності підприємства в перспективі.

2.4. Конкурентні стратегії сільськогосподарських підприємств

Дослідження конкурентоспроможності повинно забезпечити фахівців інформацією, на основі якої буде прийнято рішення щодо подальших дій підприємства. Концентрованим узагальненням суті та напрямку цих дій є конкурентна стратегія, обґрунтування якої є логічним завершенням процедури дослідження. Її прийняття й реалізація виступає основою механізму забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності.

У першому розділі монографії ми зазначали, що поділяємо традиційний підхід до визначення конкурентної стратегії як комплексу заходів, спрямованих на здобуття підприємством конкурентних переваг. Зважаючи на винятково важливе значення цієї категорії в теорії конкурентних відносин, розглянемо її суть детальніше.

Загальнішою категорією щодо до поняття “конкурентна стратегія (стратегія конкуренції)” слід, очевидно, вважати дефініцію “стратегія підприємства”. Аналіз визначень, які зустрічаються у вітчизняній економічній літературі, підводить до висновку, що серед переважної більшості з них принципових відмінностей немає, і стратегія підприємства трактується як система дій (система поведінки), спрямована на досягнення поставлених перед підприємством цілей шляхом координації та розподілу ресурсів [49, с. 483; 53, с. 22; 75, с. 112; 96, с. 192, 137, с. 110-112].

У чому ж полягає відмінність між поняттями “конкурентна стратегія” і “стратегія підприємства”? Конкурентна стратегія пропонує розглядати розвиток підприємства в контексті конкурентних відносин. В її обґрунтуванні акцентується увага на тому, що підприємство здійснює свою діяльність у конкурентному середовищі і для досягнення поставлених цілей йому слід враховувати реалії конкурентної боротьби. Це конкретизує суть поставленої перед менеджментом підприємства проблеми та підходи до її вирішення.

Якщо стратегічні цілі збігаються з набуттям ознак міцної конкурентоспроможності (у нашому трактуванні – здатності здійснювати впродовж тривалого часу ефективну, прибуткову господарську діяльність) через формування конкурентних переваг, а так переважно і є, то зміст стратегії підприємства практично ототожнюється зі змістом його конкурентної стратегії. Однак, припускаємо, існують ситуації, в

яких не ставиться завдання здобуття конкурентних переваг. Це може мати місце у разі монопольного становища підприємства. Інший приклад – власник підприємства ставить перед собою завдання ліквідації бізнесу після “зняття вершків”.

Та зазвичай підприємствам, у тому числі сільськогосподарським, у постановці перед собою певних стратегічних цілей доводиться зважати на наявність конкурентних відносин і розробляти певну конкурентну стратегію, розраховану на тривалий період. На думку Р. Фатхутдінова, цей період повинен становити не менше ніж два роки [217, с. 172], А. Воронкової – 4-5 і більше років [84, с. 177].

Прийняття будь-якої конкурентної стратегії передбачає проходження певних етапів (рис. 2.9). Насамперед конкретизуються цілі, які підприємство хоче досягти. При цьому слід дотримуватися деяких вимог. Зокрема, поставлені цілі повинні бути точними та зрозумілими, досяжними, мати кількісне вимірювання, відповідати стратегіям та інтересам виконавців, необхідно конкретизувати часові рамки їх досягнення [137, с. 135].

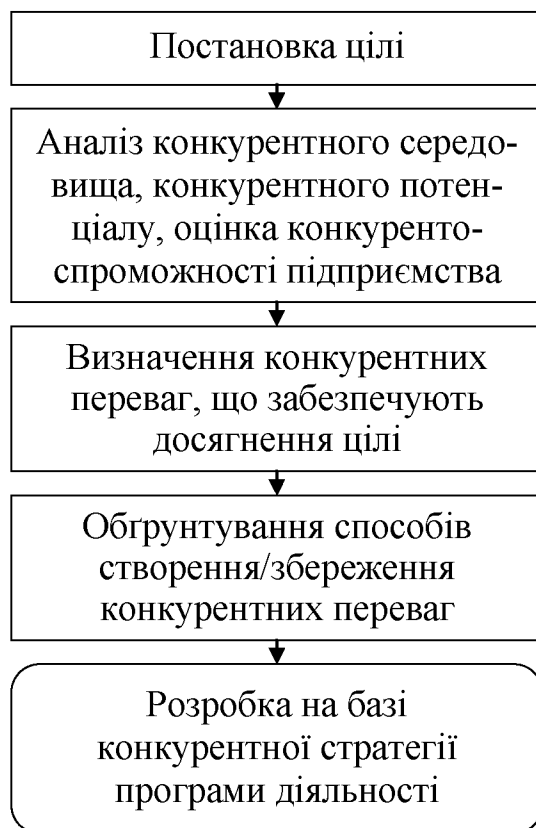


Рис. 2.9. Послідовність формування конкурентної стратегії підприємства.

Відтак визначають конкурентні переваги, наявність яких забезпечить підприємству досягнення поставлених цілей. Обґрунтовують способи створення нових чи збереження існуючих конкурентних переваг. Вони й становлять зміст конкурентної стратегії.

На основі конкурентної стратегії розробляють програму діяльності підприємства. Сформульовані в стратегії ідеї конкретизуються в переліку заходів, які необхідно вжити, визначаються джерела фінансування, терміни виконання та конкретні виконавці тощо. Лише наявність такої програми, яка реально враховує можливості підприємства, свідчить про життєздатність конкурентної стратегії. Якщо в процесі її розробки виникнуть сумніви у спроможності досягти запланованого, стратегію варто переглянути. Не виключено, що під час розробки програми фахівці дійдуть висновку про зміну цілей, які ставить перед собою підприємство.

Зважаючи на найрізноманітніші підходи та ідеї, які можуть бути покладені на практиці в основу конкурентної стратегії підприємства, ці стратегії пропонується класифікувати. Серед найпопулярніших підходів – посилення на виділені М. Портером три базові стратегії конкуренції – найменших витрат, диференціації, зосередження [149, с. 51]. Науковець О. Ковтун пропонує доповнити їх четвертою – стратегією інноваційної цінності, яка передбачає створення нового продукту для нового ринку [75, с. 113]. Застосування останньої в аграрному секторі, де поява принципово нового товару – велика рідкість, досить обмежене. Натомість ідеї, закладені в базових стратегіях М. Портера, можуть бути адаптовані до потреб сільськогосподарських підприємств і знайти застосування в їх діяльності (табл. 2.3).

Найперспективнішою в аграрному секторі є стратегія мінімізації витрат – аналог стратегії найменших витрат. Як зазначалося, переважну більшість обсягу продукції сільськогосподарських підприємств реалізують на ринках, де ціни встановлює покупець. Зниження собівартості такої продукції означає отримання додаткового прибутку, зміцнення фінансово-економічного стану підприємства. Певну частину продукції сільськогосподарські виробники продають на конкурентних ринках за встановленими ними цінами. Зниження собівартості цієї продукції дає змогу виробникам знизити ціну на неї, зробивши її тим самим привабливішою для покупців.

Заходи, якими можна знизити собівартість сільськогосподарської продукції, досить детально розглянуті в численних наукових

працях. Йдеться про удосконалення технологій виробництва, яке дасть змогу підвищити урожайність культур і продуктивність тварин, налагодити ефективний контроль за витратами, забезпечити прогресивні зміни в організації виробництва, які дозволять оптимізувати видатки на оплату праці тощо. Okремо виділимо ефект від збільшення масштабів виробництва. Він особливо помітний у тваринницьких галузях, де частка у структурі витрат умовно-постійних є вищою, ніж у виробництві продукції рослинництва.

Таблиця 2.3

Застосування сільськогосподарськими підприємствами базових стратегій конкуренції (за М. Портером)*

Стратегія	Зміст	Засіб реалізації
Мінімізації витрат (найменші витрати)	Зменшення собівартості продукції з метою отримання більшого прибутку від її продажу на ринках, де ціни встановлює покупець.	Удосконалення технологій. Зміцнення матеріально-технічної бази. Контроль за витратами матеріальних оборотних ресурсів. Збільшення масштабів виробництва.
	Зменшення собівартості продукції, що дасть змогу пропонувати її споживачам за нижчою ціною.	Пошук найефективніших форм організації виробництва, оптимізація чисельності персоналу.
Диференціації	Пропонування товару (продукції, послуги), який за характеристиками не має аналогів на сегменті ринку.	Виробництво продукції з особливими споживчими характеристиками (екологічна чистота, свіжість, смак тощо). Виробництво товару особливо високої якості. Пропонування диференційованих за характеристиками послуг.
	Пропонування особливо зручного для споживача способу просування товару.	Формування каналу реалізації, який скорочує витрати часу та коштів покупця.
Фокусування (зосередження)	Зосередження зусиль на удосконаленні окремого товару.	Вузька спеціалізація.
	Зосередження на окремому сегменті ринку.	Формування особливого каналу реалізації, орієнтованого на цільову групу споживачів.

* Власне опрацювання автора.

Тим сільськогосподарським підприємствам, які не можуть з певних об'єктивних причин отримати достатньо відчутний ефект від мінімізації витрат, варто звернути увагу на інші базові стратегії – диференціації й зосередження. Вони повинні зацікавити насамперед невеликі сільськогосподарські підприємства, які вичерпали можливості збільшення обсягів виробництва й не мають достатніх ресурсів для суттєвого якісного удосконалення технологій, зміцнення матеріально-технічної бази.

Базова стратегія диференціації передбачає створення пропозицій, які взагалі не зустрічаються в діяльності інших підприємств галузі в регіоні (на відповідному географічному сегменті ринку) або зустрічаються в обсязі, який явно не задовольняє існуючий попит. Сільськогосподарська продукція, на основі якої може формуватися стратегія диверсифікації, як правило, не продається закупівельним (переробним) підприємствам. Часто для її просування на ринок доводиться створити власну систему збуту. Стратегія диференціації може передбачати удосконалення характеристик не самого товару, а способу його доставки до покупців, який дає змогу скоротити витрати їх часу, створити інші додаткові зручності. Застосування цієї стратегії вимагає від підприємства здійснення певної маркетингової діяльності – вивчення запитів споживачів, промоціювання своєї продукції.

Стратегія зосередження (фокусування) передбачає концентрацію уваги й зусиль на певній групі споживачів, окремому виді продукції, сегменті ринку. Завдяки цьому підприємство досягає у цій вузькій сфері діяльності більших успіхів, ніж його конкуренти, пропонуючи споживачам вищу цінність. У практичній діяльності сільськогосподарських підприємств ця стратегія означає звуження їх спеціалізації. Окремі сільськогосподарські підприємства можуть налагодити поставки своєї продукції санаторіям, базам відпочинку тощо, створити власну торгову точку в певному географічному сегменті. У рамках стратегії зосередження звертається увага на зниження собівартості продукції, підвищення її якості.

Відомий російський фахівець з теорії конкуренції А. Юданов запропонував для означення конкурентних стратегій на товарному ринку використання біологічної термінології, розробленої в працях Л. Раменського. Він розглядає такі типи конкурентних стратегій: віолентну (силову), патієнтну (нішеву), комутантну (приспосувальниць-

ку), експлерентну (піонерську) [244, с. 55]. Стратегії залежать від внутрішніх можливостей підприємств і ринкових потреб.

Віолентну стратегію застосовують великі підприємства з достатньо потужним виробничим потенціалом, які виробляють стандартизований продукт. За рахунок масштабу виробництва їх продукція характеризується відносно низькою собівартістю та прийнятною якістю, і вони прагнуть нарощувати її обсяги. Швейцарський фахівець з маркетингу Х. Фрізевінкель запропонував оригінальні назви для окремих типів підприємств, що застосовують віолентну стратегію: “горді леви” (характеризуються динамізмом розвитку), “могутні слони” (відзначаються високою стійкістю), “неповороткі бегемоти” (підприємства, які в результаті збільшення розмірів стали відчувати труднощі в управлінні).

Останніми роками зростає число віолентів в аграрному секторі. Переважно йдеться про підприємства, створені за участю капіталу, сформованого в інших секторах економіки. Інвестори вкладають достатній обсяг коштів у матеріально-технічну базу таких підприємств, в інтенсифікацію сільськогосподарського виробництва.

Патієнтна стратегія проявляється в намаганні підприємств зайняти вузьку нішу, спеціалізуватися на виробництві специфічної продукції високої якості з обмеженим на неї попитом. Патієнтів називають “хитрими лисами”. Цю стратегію можуть застосовувати різні за розмірами сільськогосподарські підприємства, та якщо в малих вона здебільшого стосується основної сфери діяльності, то у великих – однієї з основних галузей. Прикладами реалізації патієнтної стратегії в малих сільськогосподарських підприємствах є розвиток органічного землеробства, агротуристичної діяльності, бджільництва, створення перепелиної ферми тощо. У великих підприємствах проявами патієнтної стратегії можна вважати розвиток племінної справи в скотарстві, насінництва, в окремих регіонах – садівництва, овочівництва.

Комутантна стратегія характерна для невеликих підприємств, які, не маючи потужної матеріально-технічної бази, особливих знань, технологічних напрацювань, намагаються знайти будь-яку можливість заробити гроші. Через непримітність, невиразність комутанти дістали назву “сірих мишей”. Ця стратегія характерна для багатьох фермерських господарств, які проявляють готовність спробувати свої сили у виробництві різних видів сільськогосподарської продукції, часто виходять за межі аграрного ринку.

Експлерентна стратегія пов'язана з пошуком революційних рішень у бізнесі. Експлерентів називають “першими ластівками”, вони схильні до ризиків, експериментів, часто зазнають невдачі (у 85 випадках зі 100 запропоновані ними новинки не приносять бажаного ефекту). Елементи експлерентних стратегій не є рідкістю й у сільському господарстві. Експериментування з виробництвом екзотичних для місцевого ринку видів продукції, з технологіями виробництва традиційних видів сільськогосподарської продукції практикується як в особистих селянських, невеликих фермерських господарствах, так і в більших за розмірами підприємствах. Експлерентна стратегія в принципі не може мати широкого застосування, але в сільському господарстві супутні їй експерименти можуть відбуватися в невеликих обсягах, а тому дають змогу мінімізувати втрати у випадку невдачі.

Певні узагальнення щодо особливостей застосування розглядуваних стратегій в аграрному бізнесі наведені в табл. 2.4.

Чимало сільськогосподарських підприємств у поведінці на товарному ринку не дотримуються жодної з виділених А. Юдановим конкурентних стратегій. Вони виробляють кілька типових для регіону видів сільськогосподарської продукції середньої якості та продають її за традиційними каналами. Специфіка аграрного ринку дозволяє їм нормально себе почувати за умови достатньо високого рівня технологічної ефективності виробництва (урожайності культур, продуктивності тварин). Для підтримки своєї конкурентоспроможності вони вживають тактичні заходи, націлені на збільшення прибутків у поточному чи наступному виробничому циклі. Однак є й чимало підприємств, які, відзначаючись низьким рівнем технологічної ефективності, поступово деградують і перебувають під постійною загрозою банкрутства. Не вибравши жодної з конкурентних стратегій, вони не мають чітко виражених перспектив розвитку.

Серед конкурентних стратегій підприємства виділимо окрему групу – стратегії диверсифікації. Як відомо, диверсифікація – це процес різностороннього розвитку господарюючого суб'єкта через перерозподіл ресурсів, проникнення в інші галузі виробництва та на ринки нових товарів і послуг з метою зниження ризиків і збільшення доходу [86, с. 13]. Суть диверсифікації як конкурентної стратегії полягає у створенні конкурентних переваг, пов'язаних з ефективнішим використанням виробничого потенціалу підприємства завдяки інтенсивнішій, повнішій його експлуатації або переходу на сегменти ринку

зі сприятливішими умовами підприємницької діяльності. Елементи диверсифікації є складовою частиною стратегії розвитку багатьох підприємств, у тому числі в аграрному секторі.

Таблиця 2.4

Особливості застосування сільськогосподарськими підприємствами конкурентних стратегій, класифікованих за біологічним підходом (за А. Юдановим)*

Стратегія	Ключові чинники конкурентоспроможності – конкурентні переваги	Джерела (способи реалізації) конкурентних переваг
Віолентна	Великий масштаб виробництва; потужна матеріально-технічна база; здатність залучити необхідний обсяг фінансових ресурсів.	Збільшення обсягу виробництва продукції. Збільшення розміру землекористування за рахунок оренди земельних паїв. Одержання прибутку за рахунок низької собівартості і бюджетних дотацій.
Патієнтна	Висока кваліфікація виконавців; висока якість продукції; відносно висока ціна на продукцію.	Вузька спеціалізація. Уникнення цінової конкуренції. Формування доброї репутації на відповідному сегменті ринку.
Комутантна	Висока гнучкість, мобільність менеджменту, націленість на постійний пошук незадоволеного попиту.	Диверсифікація виробництва. Економія на накладних витратах. Орієнтування на локальний непостійний попит.
Експлерентна	Розвинені задатки новаторського мислення в керівництва, високий підприємницький потенціал, схильність до ризику.	Експериментування в технологіях і асортименті. Формування попиту на нові товари.

* Власне опрацювання автора

Найчастіше сільськогосподарські підприємства намагаються зміцнити своє економічне становище через виробничу диверсифікацію, яка полягає в урізноманітненні здійснюваних підприємством видів виробничої діяльності. Реальне застосування в діяльності сільськогосподарських підприємств знаходять такі види виробничої диверсифікації: концентрична, конгломератна, вертикальна. Концент-

рична диверсифікація передбачає виробництво нових видів сільськогосподарської продукції, конгломератна – освоєння виробництва продукції, яка не має прямого стосунку до аграрного сектора економіки.

Вертикальна диверсифікація полягає в придбанні або включенні до складу підприємства нових виробництв, технологічно пов'язаних з основним його виробництвом. Виділяють зворотну і пряму диверсифікацію. За зворотної підприємство звертається до більш ранніх стадій діяльності, виробляючи продукцію, яку згодом використовувати у своєму основному виробництві. Сільськогосподарські підприємства нерідко беруть участь у зворотній диверсифікації переробних підприємств, набуваючи статусу дочірніх підприємств і виконуючи функції забезпечення їх сировиною. Пряма диверсифікація пов'язана з розвитком стадій діяльності, що є продовженням виробничого циклу, в якому задіяне підприємство.

Для реалізації певної стратегії диверсифікації підприємство повинно мати в необхідному обсязі відповідні ресурси: трудові, фінансові, матеріальні. Особливий випадок – диверсифікація, спричинена надлишком капіталу, який підприємство неспроможне ефективно використати в традиційній для себе сфері бізнесу й тому розглядає варіанти проникнення в інші. Для прийняття рішення про диверсифікацію враховують і стан кон'юнктури ринків, проникнення на які передбачає диверсифікація, й тих, на яких підприємство вже діє. Особливості ринкової кон'юнктури, які виступають аргументом щодо доцільності диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств, наведені в табл. 2.5.

Специфікою конкурентних відносин за участю сільськогосподарських підприємств є їх суперництво зі суб'єктами підприємницької діяльності інших галузей, особливості якого були розглянуті в першому розділі. З метою набуття конкурентних переваг у цьому суперництві, забезпечення позитивних змін у конкурентному середовищі сільськогосподарським виробникам рекомендується застосовувати стратегію кооперації. Вона полягає в об'єднанні зусиль суб'єктів галузі для вирішення певних спільних проблем.

Розгорнута класифікація видів сільськогосподарської кооперації, наведена в працях багатьох вітчизняних економістів-аграрників, свідчить про наявність різних варіантів цієї стратегії. Особливість застосування кооперації як конкурентної стратегії полягає в тому, що

для її реалізації потрібні воля й зусилля не одного виробника, а групи зацікавлених осіб, які повинні погодити свої дії. Саме з цією особливістю, як свідчить практика, пов'язані основні труднощі в реалізації зазначеної стратегії в аграрному секторі.

Таблиця 2.5

Застосування виробничої диверсифікації в аграрній сфері економіки*

Стратегія	Зміст	Типова ситуація на товарному ринку
Концентрична диверсифікація	Розширення асортименту вироблюваної сільськогосподарської продукції.	Зміна кон'юнктури на окремих ринках сільськогосподарської продукції.
Конгломератна диверсифікація	Започаткування та розвиток нових видів несільськогосподарської діяльності.	Зростання попиту на ринках, входження на які планується.
Вертикальна диверсифікація	Контроль над джерелами сировини (матеріальних оборотних засобів) для основного виробництва (зворотна диверсифікація).	Проблеми з забезпеченням сировиною основного виробництва (стосуються пропозиції сировинної продукції).
	Переробка сільськогосподарської продукції, створення власної системи збуту (пряма диверсифікація).	Проблеми в системі збуту вироблюваної продукції (стосуються попиту на цю продукцію).

* Власне опрацювання автора

Конкурентні стратегії сільськогосподарських підприємств стосуються різних рівнів планування й управління: господарського (корпоративного), функціонального, товарного. Корпоративна стратегія стосується вибору підприємством видів діяльності, в яких воно розраховує отримати конкурентні переваги, визначає загальний напрям його конкурентного розвитку. Розглянуті стратегії за своєю суттю є корпоративними. Функціональні стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства стосуються виконуваних ним окремих функцій – складових елементів господарської діяльності. Товарні стратегії визначають способи підвищення конкурентоспроможності окремих видів продукції.

Детальніше зупинимося на функціональних стратегіях. Їх роль полягає в забезпеченні ефективної діяльності функціональних підсис-

тем підприємства, в рамках яких здійснюють діяльність окремі його підрозділи і служби. Ефективна діяльність цих підсистем є ознакою конкурентоспроможності й джерелом конкурентних переваг підприємства. Виділимо набір типових функціональних стратегій, які можуть знайти застосування в сільськогосподарських підприємствах: виробнича, маркетингова, фінансова, кадрова. Основні об'єкти, на перетворення яких спрямовані ці стратегії, наведені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Функціональні стратегії зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств*

Стратегія	Об'єкт удосконалення	Спосіб формування конкурентної переваги
1	2	3
Виробнича	Технології	Удосконалення технологій з метою підвищення ефективності виробництва.
	Якість продукції	Підвищення якості вироблюваної продукції.
	Виробничий потенціал	Збільшення розмірів підприємства на основі нарощування ресурсного потенціалу.
	Організація виробництва	Удосконалення організаційної структури, розміщення виробництва в підрозділах, що забезпечить економію умовно-постійних витрат.
Маркетингова	Асортимент продукції	Формування спеціалізації з орієнтуванням на виробництво конкурентоспроможної продукції.
	Обсяг ринку	Вихід на нові сегменти ринку.
	Канали збуту	Удосконалення системи збуту виробленої продукції.
Фінансова	Джерела фінансування	Обґрунтування найвигідніших способів залучення капіталу з урахуванням системи державної підтримки.
	Фінансовий стан	Оптимізація співвідношень власного й залученого капіталу, основних і оборотних засобів.
	Напрями інвестицій	Визначення найперспективніших інвестиційних проектів.
Кадрова	Персонал підприємства	Оптимізація кількості працівників підприємства. Формування системи підвищення кваліфікації.
	Мотивація	Удосконалення системи матеріального сти-

	працівників	мулювання за досягнуті результати.
--	-------------	------------------------------------

Продовження табл. 2.6

1	2	3
Соціальна	Соціальний захист працівників	Забезпечення високих стандартів соціального страхування, медичного обслуговування працівників, реагування на їх соціальні проблеми.
	Власна та регіональна соціальна інфраструктура	Вкладання коштів у розвиток з метою зміцнення іміджу підприємства, здобуття прихильності власників земельних паїв.

* Власне опрацювання автора.

Стратегія виробництва стосується удосконалення організації (здійснення) виробничого процесу на підприємстві. Варіантами формування конкурентних переваг, які рекомендується розглянути сільськогосподарським підприємствам у рамках цієї стратегії, є збільшення розмірів підприємства на основі нарощування виробничого потенціалу, в тому числі площі землекористування, удосконалення технологій, підвищення якості продукції, здійснення прогресивних змін у розміщенні виробництва серед підрозділів підприємства, принципів управління підрозділами тощо. Це повинно забезпечити зниження собівартості продукції завдяки підвищенню технологічної ефективності її виробництва, економії на умовно-постійних витратах, а також збільшення доходів за рахунок цінового чинника. Інновації в системі виробництва формують ключові конкурентні переваги сільськогосподарських підприємств.

У рамках стратегії маркетингу формується довгострокова політика поведінки сільськогосподарського підприємства на аграрному ринку. Приймаються принципові рішення щодо асортименту та обсягів виробництва окремих видів продукції, тобто спеціалізації підприємства. Опрацьовуються заходи, пов'язані з удосконаленням системи збуту продукції на основі вибору каналів і термінів її продажу, виходу на нові географічні сегменти ринку.

У переважній більшості промислових галузей маркетингова стратегія виступає провідною серед основних функціональних стратегій, оскільки саме від маркетингових рішень значною мірою залежить успіх суб'єкта економіки на відповідних ринках. В аграрному секторі маркетингові рішення часто диктуються виробничими умовами (особливо стосовно спеціалізації підприємства), поле їх прийняття

значно вужче, ніж в інших секторах економіки, однак і тут реалізація певної стратегії в системі маркетингу здатна забезпечити формування принципів конкурентних переваг.

Фінансова (фінансово-інвестиційна) стратегія стосується рішень щодо забезпечення підприємства фінансовими ресурсами, розподілу цих ресурсів і контролю за їх використанням. Визначаються найоптимальніші з точки зору інтересів підприємства джерела фінансування. Сільськогосподарські підприємства при цьому враховують можливості використання бюджетних дотацій, систем пільгового кредитування. Стратегія спрямована на зміцнення фінансового стану підприємства, що означає серед іншого поліпшення його іміджу як позичальника. Не виключається варіант залучення коштів через зміну (розширення) складу власників підприємства.

У рамках фінансової стратегії обґрунтовуються напрями використання коштів у формі інвестиційних проектів, здатних забезпечити підвищення конкурентного статусу підприємства. Визначаються напрями зміцнення його матеріально-технічної бази, приймаються рішення щодо принципів формування виробничих запасів (обсягів матеріальних оборотних активів).

Кадрова стратегія спрямована на утвердження конкурентних переваг на основі оптимізації кількості працівників окремих підрозділів й служб і підприємства загалом, створення умов і стимулів для підвищення їх кваліфікації, удосконалення системи мотивації працівників. Результатом її застосування повинно стати підвищення продуктивності праці.

На задоволення потреб персоналу підприємства спрямована й соціальна стратегія підприємства. Йдеться про створення механізму соціального захисту працівників, зорієнтованого на забезпечення високих стандартів якості їх життя. Звертається увага на підтримку об'єктів соціальної інфраструктури в місцевості, де функціонує підприємство. Такі заходи забезпечують підвищення іміджу підприємства, формують у працівників почуття відданості його інтересам. Звісно, сільськогосподарські підприємства не зобов'язані брати на себе вирішення соціальних проблем сільської общини. Однак, як свідчить досвід передових підприємств галузі, участь у цьому процесі формує важливі позитивні зміни в середовищі їх функціонування.

Уточнимо місце функціональних стратегій у процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Це питання досліджу-

вали окремі вітчизняні економісти. Зокрема, В. Павлова вважає, що стратегія розвитку підприємства повинна складатися зі сукупності допоміжних стратегій, розроблених для кожного його функціонального напрямку, і пропонує ранжувати пріоритетність їх фінансування [137, с. 136, 138]. Натомість О. Ковтун розглядає декомпозицію стратегії підприємства – розподіл конкретних цілей підприємства щодо підтримання та розвитку його конкурентоспроможності і стратегічних функцій для забезпечення їх досягнення на складові цих цілей і функцій. Він зазначає, що декомпозиція проводиться доти, доки стратегічні завдання не будуть визначені для найнижчих (первинних) рівнів підприємства [75, с. 190-191].

Дійсно, реалізація корпоративної конкурентної стратегії передбачає обґрунтування змін у різних сферах діяльності підприємства, і з цих міркувань функціональні стратегії виступають складовими частинами корпоративної. Якщо корпоративні стратегії визначають способи формування конкурентних переваг вищого рівня, то функціональні – конкурентних переваг нижчих рівнів. Сукупність функціональних стратегій відображає джерела утворення конкурентних переваг, і бажаним є застосування їх у певному комплексі.

Із розробкою й реалізацією функціональних стратегій (насамперед, виробничих, маркетингових) пов'язаний інноваційний розвиток підприємства. Інноваційні процеси трактуються як сукупність якісно нових, прогресивних змін, що відбуваються у виробничо-господарській системі [21, с. 233]. Їх результатами є новинки в техніці, технології, організації виробництва, управління, які забезпечують у кінцевому підсумку підвищення ефективності цієї системи. Не всяка функціональна стратегія передбачає застосування змін, які мають характер принципів нововведень. Однак будь-яка інновація забезпечить підвищення ефективності діючої системи лише за умови, що вона виступатиме складовим елементом стратегії її розвитку.

Розглянуті конкурентні стратегії були націлені насамперед на розвиток підприємства, збільшення його доходів. Однак на практиці доводиться приймати рішення, які можна визначити як стратегії скорочення. Вони полягають у цілеспрямованому, планомірному згортанні масштабів діяльності з метою збереження підприємства як суб'єкта господарювання. Підкреслюємо, йдеться саме про певну програму дій, а не про констатацію факту зменшення обсягів виробництва й продажу продукції, яка не має нічого спільного зі стратегією.

Стратегія скорочення може стосуватися окремих видів діяльності й підприємства загалом. Згортання виробництва окремих видів продукції, закриття певних підрозділів підприємства здебільшого є його реакцією на зміну ринкової кон'юнктури. Таке вибіркве скорочення може виступати елементом стратегії диверсифікації, передбачаючи використання вивільнених ресурсів в інших сферах діяльності.

Крайній варіант стратегії скорочення – стратегія ліквідації суб'єкта підприємницької діяльності, пов'язана з неможливістю продовження ним бізнесу. Оптимальним був би варіант збереження ресурсів (земельних, трудових, матеріально-технічних), використовуваних сільськогосподарським підприємством, що припиняє діяльність, у системі аграрного виробництва. Стратегія ліквідації виступатиме конкурентною стратегією у разі поглинання такого підприємства-аутсайдера іншим суб'єктом підприємницької діяльності, який організує ефективне використання цих ресурсів.

Розглянуті варіанти стратегій – це лише типові рекомендації, які дають змогу окреслити ймовірні альтернативи. Персональна відповідальність за вибір однієї з них лежить на вищому керівництві підприємства. Зважаючи на множинність варіантів, вибір базової (корпоративної) стратегії підприємства, її деталізація у функціональних стратегіях є досить складною процедурою для кожного суб'єкта економічної діяльності. Ця процедура – є логічне продовження процесу дослідження конкурентоспроможності, адже саме результати вивчення проблеми повинні підвести нас до висновку про те, які саме принципи діяльності, сценарії подальшого розвитку будуть оптимальними за існуючих умов.

Окремі рекомендації щодо вибору стратегій можуть бути передбачені застосовуванням методом дослідження. Прикладом є запропонована нами демонстрація SPASE-аналізу. У наукових публікаціях розглядається й можливість використання імовірно-статистичних моделей вибору стратегії через норму повернення інвестицій [137, с. 144] тощо.

Водночас, вважаємо, стратегія не може бути отримана в результаті розрахунку кількох показників. Її формування повинно стати результатом цілеспрямованої діяльності менеджменту підприємства, яка передбачає перманентний пошук, мобілізацію творчих здібностей.

РОЗДІЛ 3 КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

3.1. Вплив різноукладності аграрного виробництва на формування конкурентних відносин

Упродовж двох останніх десятиліть в аграрному секторі України відбувалися динамічні й різнонапрявлені зміни. Вони супроводжувалися кардинальною трансформацією виробничих відносин, перерозподілом земельних ресурсів та інших засобів виробництва, вплинули на спосіб життя практично кожної селянської сім'ї. Результатом цих змін стало формування багатокладної аграрної економіки, яке від початку виступало однією з цілей реформування вітчизняного сільського господарства.

Уточнимо зміст категорії “уклад”. За визначенням російських економістів, уклад – це “тип господарювання з відповідними формами власності й управління нею, що характеризується певним ступенем участі власника, управлінця й робітника в процесі прийняття господарських рішень” [243, с. 864]. У підготовленому вченими Інституту аграрної економіки інформаційно-аналітичному збірникові зазначається: “Сільськогосподарський уклад – це синтетична соціально-економічна категорія, в основі якої лежать пріоритети, переваги, інтереси та типи формування економічної поведінки окремих соціальних груп селян, що реалізуються в певних організаційно-правових формуваннях, заснованих на відповідній формі власності та способах її використання” [2, с. 439]. За твердженням П. Березівського, “є підстави розглядати уклад як неформалізовану (у розумінні – адміністративно чи організаційно неконсолідовану) соціально-економічну систему, осередком якої є селянин з його соціальною сутністю і обраними ним способами виробничо-господарської діяльності, виробничих відносин і всієї системи життєзабезпечення” [189, с. 24].

Узагальнюючи напрацювання різних економістів [2; 100; 174; 189], доходимо висновку, що сільськогосподарський уклад охоплює соціально-економічну систему, основними характеристиками якої є форма власності й спосіб її використання, форма господарювання, економічні інтереси й спосіб життя селян. Слід зазначити, що уклади юридично не фіксуються. Класифікацію їх переважно здійснюють на основі організаційно-правових форм, діяльність більшості з яких ви-

окремлює вітчизняна статистика. Окремі організаційно-правові форми сільськогосподарських виробників досить чітко ідентифікуються за формою власності й способом її використання, особливостями реалізації економічних інтересів учасників господарського процесу.

Сільськогосподарськими укладами виступають не окремі організаційно-правові агроформування, а їх поєднання в певні типи. Вважаючи “укладоформуючою” ознакою форму власності [100, с. 395], виділимо в сільському господарстві України такі уклади: державний, індивідуально-приватний, приватно-орендний. Державний уклад становить сукупність державних підприємств аграрного сектора. Індивідуально-приватний охоплює тих суб'єктів господарювання, які здійснюють виробничу діяльність, використовуючи лише належне їм майно й трудові ресурси власної сім'ї. Його представляють господарства населення та невелика частина найдрібніших фермерських господарств.

Приватно-орендний сільськогосподарський уклад представлений суб'єктами, які здійснюють виробничо-господарську діяльність, використовуючи як власні, так і орендовані майно та земельні ресурси. Збільшення завдяки оренді землі та інших основних засобів масштабів господарювання передбачає необхідність використання найманої робочої сили. Структурно цей уклад сформований недержавними сільськогосподарськими підприємствами. Погоджуємося з пропозицією П. Березівського виділяти субуклади, які представляють окремі категорії цих підприємств: індивідуально-орендний, господарсько-товаристський, виробничо-кооперативний, фермерський [189, с. 30-31].

Поняття укладу знаходить доволі широке відображення в економічних дослідженнях. Пов'язано це з тим, що вивчення характеристик укладу, виробничих відносин та інших відносин “надбудови”, які вони відображають, дає змогу глибше прояснити природу змін, що відбуваються в аграрному секторі, мотиви, якими керуються у своїх діях представники окремих категорій суб'єктів господарювання. Значення й розвиток окремих укладів у системі аграрного виробництва відстежують за результатами діяльності певних категорій господарств, організаційно-правових форм виробників.

Явище різноукладності акцентує нашу увагу на способі використання власності. Власники матеріальних ресурсів приймають рішення щодо організації їх використання, але надалі не завжди беруть безпосередню участь в управлінні ними. В аграрному секторі функції

власника й керівника можуть поєднуватися в одній особі та розмежовуватися. Далеко не завжди рішення щодо використання ресурсів диктуються економічною доцільністю. На розвиток системи вітчизняного аграрного виробництва величезний вплив справляють соціально-демографічні процеси, й аналоги цього впливу важко відшукати в інших сферах економіки. Виділення сільськогосподарських укладів має принципове значення для вивчення перспектив подальшого функціонування окремих категорій сільськогосподарських виробників, типів аграрних підприємств.

Різномукладність є важливою характеристикою конкурентного середовища в аграрному секторі економіки. Структурні зміни цієї характеристики є наслідком конкурентних відносин, зокрема внутрігалузової конкуренції. З іншого боку, наявність різномукладності накладає відбиток на подальший перебіг конкуренції за участю сільськогосподарських товаровиробників.

Економісти-аграрники зазначають, що становлення багатомукладності на селі заклало основу рівних можливостей і здорової конкуренції [30, с. 16], підвищило гнучкість, цілісність і стійкість аграрної системи [174, с. 36], є важливою передумовою підвищення ефективності функціонування аграрного сектору економіки [189, с. 25]. Погоджуючись загалом із цими твердженнями, зазначимо, що розвиток системи аграрного виробництва здійснюється у формі змін, внаслідок яких економічне значення одних категорій сільськогосподарських виробників зменшується, інших, навпаки, зростає. Саме існування багатомукладності створило умови для відбору найбільш життєздатних за певних обставин форм господарювання.

Упродовж 90-х років минулого століття спостерігався екстенсивний розвиток і посилення соціально-економічного значення господарств населення. Піком їх розвитку можна вважати 2003 рік, коли на них припадало 66% загального обсягу виробництва валової сільськогосподарської продукції, а в західноукраїнських областях – понад 80%.

Переваги господарств населення над сільськогосподарськими підприємствами у той період були очевидними. Неспроможність підприємств нормально функціонувати в умовах економічної кризи призвела до того, що в користуванні господарств населення опинилася значна частина земельних і матеріальних ресурсів аграрного сектора,

до забезпечення їх діяльності залучалася велика кількість трудових і фінансових ресурсів.

Однак система аграрного виробництва, що сформувалася в результаті загострення кризових явищ, не відповідає суспільним вимогам. Розміри господарств населення надто малі для того, щоб ефективно використовувати сучасні прогресивні технології. Вони не можуть забезпечити належний рівень конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва в умовах відкритості агропродовольчого ринку України. Рівень самоексплуатації селян при цьому настільки високий, що не дає змоги ефективно використовувати трудові ресурси в інших сферах економіки [261; с. 123]. Домінування в аграрному секторі особистих селянських господарств є індикатором низького економічного розвитку країни чи окремого її регіону.

У другій половині першого десятиліття поточного століття ситуацію вдалося переломити. Як справедливо зазначає М. Дем'яненко, “поступово відходить у минуле стереотип про сільське господарство як постійно страждальну галузь. Належати до неї стало справою економічно і політично вигідною” [38, с. 20]. В умовах фінансово-економічної кризи, що вкрай болісно зачепила народне господарство України наприкінці минулого десятиліття, сільське господарство виявилось найстійкішим сектором економіки. Потрібно підкреслити, що ознаки оздоровлення ситуації проявилися насамперед завдяки розвитку сільськогосподарських підприємств, роль яких у системі аграрного виробництва зростає (рис. 3.1).

Ознаки зростання в секторі аграрної економіки, представленому сільськогосподарськими підприємствами, стали помітні ще в перші роки поточного століття. У 2006 році порівняно з 2001 роком обсяг виробництва валової продукції сільського господарства (в порівнянних цінах 2005 р.) в аграрних підприємствах України збільшився на 16,1%. Проведені нами дослідження показали, що спостерігалася пряма залежність темпів зростання виробництва в сільськогосподарських підприємствах від загального рівня економічного розвитку регіонів, індикатором яких виступає середньорічний обсяг валового регіонального продукту з розрахунку на одну особу в окремих областях (дод. Ж). Це свідчить про значну залежність розвитку сільськогосподарських підприємств у зазначений період від інвестицій із зовнішніх щодо галузі джерел.

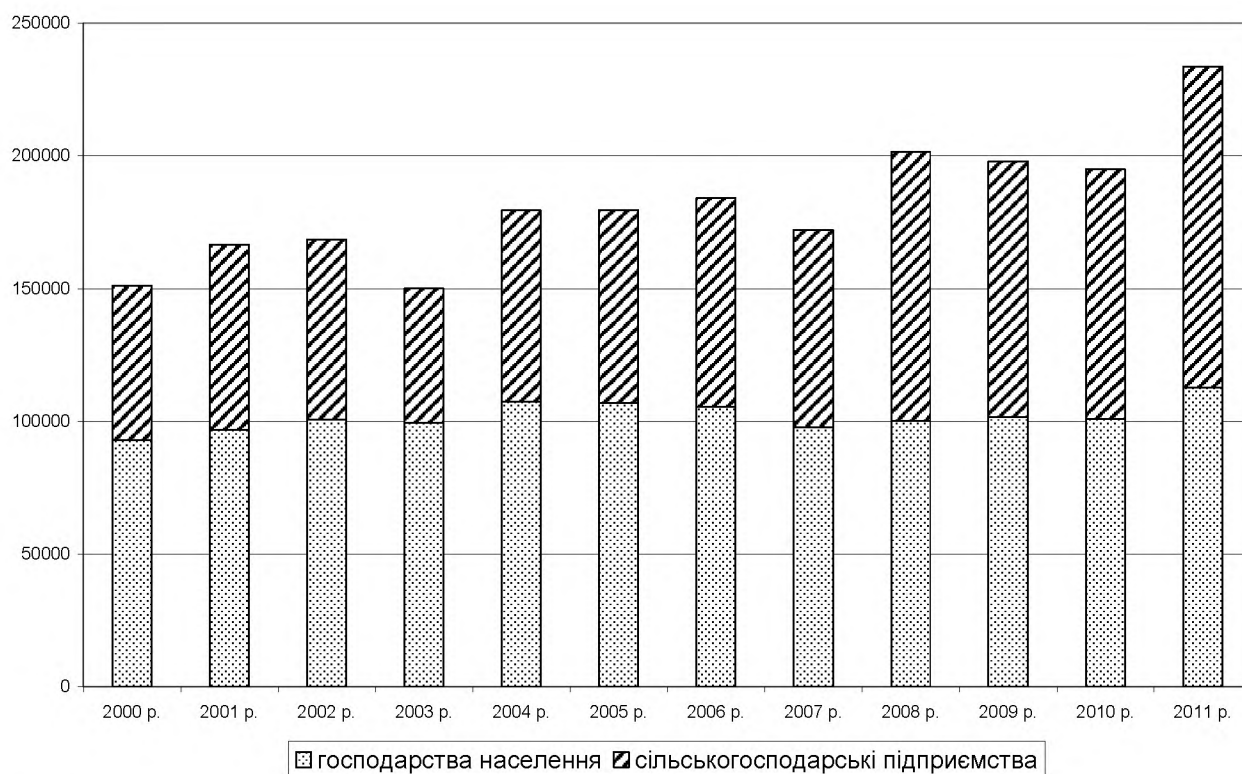


Рис. 3.1. Обсяг виробництва валової продукції сільського господарства (у постійних цінах 2010 р.) основними категоріями господарств України, млн грн.

Позитивні зрушення, які відбувалися в ті роки, не були системними. Приріст виробництва валової продукції рослинництва залишався відносно невеликим і мало залежав від економічного розвитку регіонів. Інтерес інвесторів викликали насамперед дві тваринницькі галузі – птахівництво і свинарство. Завдяки відродженню на інноваційній основі низки птахофабрик і свинокомплексів обсяг виробництва валової продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах протягом 2001-2006 років збільшився майже у півтора рази, причому вплив чинника економічного розвитку відповідного регіону був дуже помітним. Від рівня цього розвитку залежали як джерела фінансування, так і формування платоспроможного попиту на м'ясопродукти в окремих областях. Однак вибірковість інтересу інвесторів не забезпечила на цьому етапі помітного зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

У наступні роки характер процесів у приватно-орендному сільськогосподарському укладі дещо змінився. Залежності динаміки розвитку сільськогосподарських підприємств від економічного потенціала

лу регіонів не спостерігаємо, оскільки мобільність інвестиційного капіталу та сфера його інтересів географічними чинниками не обмежуються. Помітно збільшилися обсяги виробництва валової продукції рослинництва, що пов'язано з високим експортним потенціалом зернової галузі, продукції вирощування соняшнику, ріпаку.

Певних суттєвих висновків можна дійти, проаналізувавши залежність темпів збільшення впродовж останніх років обсягів виробництва валової продукції в сільськогосподарських підприємствах від розподілу земельних ресурсів на регіональному рівні між основними категоріями агровиробників – підприємствами галузі та господарствами населення (табл. 3.1). Як факторна ознака виступає частка сільськогосподарських угідь, яка знаходилася у 2006 році (на початку досліджуваного періоду) в користуванні сільськогосподарських підприємств. Вона відображає потенціал, який зберегли підприємства галузі в результаті конкуренції з господарствами населення за використання найважливішого виробничого ресурсу – землі. Ця частка характеризує місце, яке займають сільськогосподарські підприємства в системі аграрного виробництва регіону.

Встановлено, що упродовж 2006-2011 років вищими темпами зростало виробництво валової продукції сільського господарства в тих регіонах, де раніше сільськогосподарські підприємства допустили більші втрати, зберегли у своєму користуванні меншу частку земельних ресурсів. Відображена в табл. 3.1 залежність характеризує зростання інтересу інвесторів до аграрного сектора економіки. Вони спрямовують свою увагу насамперед до тих районів і сільськогосподарських підприємств, де через економічні проблеми ефективність виробництва в системі приватно-орендного укладу була особливо низькою.

Уточнимо, що йдеться переважно про зовнішніх щодо сільськогосподарських підприємств інвесторів, яких цікавив не стільки стан матеріально-технічної бази підприємств та їх поточна ефективність, скільки можливість легкого входження в галузь зі своїми бізнес-ідеями, підкріпленими сучасними технологіями. У результаті діяльності цих інвесторів повертаються в обробіток ділянки землі, які упродовж тривалого часу не використовувалися, зростають показники фондозабезпеченості тощо.

Високі темпи нарощування останнім роками обсягів виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами в регіонах, де

раніше домінували господарства населення, свідчить про втрату конкурентних позицій останніх у системі багатоукладного аграрного виробництва. Однак стосується це насамперед рослинницьких галузей. У темпах росту валового виробництва продукції тваринництва розглядувана залежність відображається доволі нечітко.

Таблиця 3.1

Залежність темпів зростання виробництва валової продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах України у 2006-2011 рр. від розподілу угідь між основними категоріями агровиробників*

Показник	Група областей за часткою у 2006 р. сільськогосподарських угідь у користуванні сільськогосподарських підприємств, %				В Україні
	I група до 35,0	II група 35,1 – 55,0	III група 55,1 – 65,0	IV група 65,1 і більше	
Кількість областей у групі	6	6	6	7	25
Середня частка сільськогосподарських угідь у користуванні підприємств у 2006 р., %	25,7	49,8	61,1	70,8	57,6
Зростання обсягу виробництва у 2011 р. до 2006 р., %:					
валової продукції сільського господарства**	197,2	160,8	148,1	145,8	153,6
у т.ч. валової продукції рослинництва	200,0	176,0	160,9	139,8	156,0
валової продукції тваринництва	192,0	114,0	125,6	164,7	146,6

* Розраховано за джерелами [20; 171] й даними з офіційних сайтів Головних управлінь статистики в регіонах України з рубрики “Зведені показники сільського господарства (1995-2011 рр.)”

** У постійних цінах 2010 р.

Упродовж останнього десятиліття в усіх регіонах України з’явилося й зміцнилося чимало сільськогосподарських підприємств, які демонструють високі економічні показники. Переважна більшість із них розвивалася завдяки фінансуванню із зовнішніх джерел, у тому

числі за участю іноземних інвесторів. Результати діяльності лідерів галузі позитивно позначилися на загальних показниках діяльності вітчизняних сільськогосподарських підприємств, свідчать про високі потенційні можливості приватно-орендного укладу.

Здебільшого найефективніші сільськогосподарські підприємства не задовольняються досягнутими обсягами виробництва й намагаються отримати додаткові доходи за рахунок їх збільшення. Тому в приватно-орендному сільськогосподарському укладі спостерігається досить чітко виражена тенденція до підвищення рівня концентрації аграрного виробництва. Особливо помітна вона в рослинницьких галузях (табл. 3.2).

Упродовж останніх років зменшується значущість у продуктивних рослинницьких підкомплексах підприємств з відносно невеликими обсягами виробництва. Натомість дедалі більша частка зерна, продукції вирощування технічних культур припадає на великі підприємства з площею землекористування в кілька тисяч гектарів.

Особливо показовою є тенденція до підвищення концентрації виробництва в буряківництві. Вирощування цукрових буряків потребує значних затрат праці й коштів із розрахунку на одиницю посівних площ. Невеликі підприємства не витримують тих економічних умов, які склалися у вітчизняному бурякоцукровому підкомплексі. Натомість розвивають діяльність підприємства, створені за участю цукрових заводів, тобто на основі вертикальної (зворотної) диверсифікації.

Підвищення рівня концентрації позитивно позначається на ефективності виробництва основних видів продукції. Зокрема, помітною є пряма залежність від розміру посівної площі урожайності культур (дод. 3). Великі підприємства завдяки кращим фінансовим можливостям забезпечують значно вищий рівень агротехніки, аніж господарства з площею землекористування в кілька десятків чи сотень гектарів [255, с. 111]. Очевидно, загалом нижчою у великих підприємствах є й собівартість продукції рослинництва завдяки як вищій урожайності, так і економії на окремих видах умовно-постійних витрат. Це свідчить про наявність відчутних конкурентних переваг у великих за розмірами підприємствах.

Посилення концентрації виробництва супроводжується загостренням конкуренції між виробниками продукції рослинництва. Найбільші виробники завдяки нижчій собівартості продукції менше потерпають від диспаритету цін, негативних кон'юнктурних коливань

Таблиця 3.2

Концентрація виробництва основних видів продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах України*

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
Зерно								
Частка продукції, виробленої у підприємствах зі зібраною площею: до 100 га	4,2	4,5	3,6	3,7	3,8	3,7	3,4	- 0,8
100,1 – 1000 га	37,0	35,4	32,2	29,7	29,3	30,2	27,7	- 9,3
1000,1 – 3000 га	45,6	44,9	43,5	44,2	42,9	42,0	41,7	-3,9
більше 3000 га	13,2	15,3	20,6	22,4	24,1	24,0	27,2	14,0
Частка підприємств** зі зібраною площею понад 1000 га, %	7,4	7,6	7,5	8,9	8,6	7,9	9,0	1,6
Соняшник								
Частка продукції, виробленої у підприємствах з зібраною площею: до 100 га	11,2	10,3	9,7	9,8	...	9,0	9,3	- 1,9
100,1 – 1000 га	69,7	66,2	67,6	62,7	...	60,1	60,7	- 9,0
більше 1000 га	19,1	24,7	22,7	27,4	...	30,9	30,0	10,9
Частка підприємств** зі зібраною площею понад 500 га, %	6,7	7,8	8,1	8,5	...	9,7	9,1	2,4
Цукрові буряки								
Частка продукції, виробленої у підприємствах з зібраною площею: до 100 га	19,8	14,8	11,0	7,0	5,8	7,0	7,0	- 12,8
100,1 – 1000 га	69,1	68,9	58,1	54,9	40,1	57,6	44,3	- 24,8
більше 1000 га	11,1	16,3	30,9	38,0	54,1	49,4	48,7	37,6
Частка підприємств** зі зібраною площею понад 500 га, %	2,2	3,7	5,9	10,6	11,6	10,6	10,4	8,2

* Розраховано за даними статистичних збірників "Сільське господарство України" за відповідні роки.

** У сукупності сільськогосподарських підприємств, що вирощували відповідні культури.

на агропродовольчих ринках. Натомість невеликі підприємства чутливіші до впливу цінових чинників, що знижує рівень їх конкурентоспроможності на основних сегментах ринків зерна й продукції вирощування технічних культур.

Процес концентрації виробництва спостерігається й у тваринницьких галузях (табл. 3.3), однак його перебіг характеризується низкою особливостей. Пов'язані вони зі загальним зменшенням поголів'я великої рогатої худоби, згортанням обсягів виробництва продукції скотарства сільськогосподарськими підприємствами. Досить стрімкими темпами зменшується загальна кількість підприємств, які утримують худобу. Водночас підприємства з високим рівнем концентрації виробництва продукції тваринництва, в яких поголів'я худоби перевищує 1000 голів, демонструють вищу стійкість, а їх частка в загальній кількості підприємств, які утримують відповідне поголів'я тварин, зростає. Досить виразною є тенденція до підвищення концентрації виробництва у птахівництві.

На кінець 2011 року в Україні налічувалося всього 410 підприємств, у яких поголів'я великої рогатої худоби перевищувало 1000 голів, 277 підприємств із поголів'ям корів понад 500 голів, 174 підприємства з поголів'ям свиней понад 3000 голів, хоча саме такі показники розмірів тваринницьких ферм вважаються раціональними чи навіть мінімально допустимими [111, с. 18]. Їх роль на ринку молока і м'яса залишається не надто помітною. Тому реального загострення конкуренції між вітчизняними підприємствами – виробниками молока, яловичини, свинини поки що не простежується. Ознаки такої конкуренції спостерігаються у птахівництві.

Процес концентрації сільськогосподарського виробництва, збільшення розмірів аграрних підприємств, який відбувається в Україні, не знаходить однозначної оцінки у фахівців. З одного боку, він є закономірним явищем, характерним для аграрних секторів економік розвинутих країн. Менші за розмірами підприємства поступаються у конкурентній боротьбі через нижчу спроможність до формування конкурентних переваг технологічного характеру. Пряма залежність між концентрацією та ефективністю виробництва основних видів сільськогосподарської продукції в підприємствах проявляється досить виразно. Тому процес концентрації сприяє на цьому етапі підвищенню конкурентоспроможності всієї вітчизняної системи аграрного виробництва.

Таблиця 3.3

Концентрація виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах України *

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
Частка на кінець року сільськогосподарських підприємств **, %, з поголів'ям великої рогатої худоби: менше ніж 100 голів	45,8	46,2	46,6	47,2	46,9	45,4	44,9	- 0,9
100 – 999	46,6	45,6	45,0	44,1	43,6	44,7	44,9	- 1,7
1000 і більше	7,6	8,2	8,4	8,7	9,5	9,9	10,2	2,6
Частка на кінець року сільськогосподарських підприємств **, %, з поголів'ям корів: менше ніж 100 голів	60,4	60,4	58,0	57,7	56,6	55,4	54,6	- 5,8
100 – 999	39,2	39,1	41,3	42,1	42,5	43,5	44,0	4,8
1000 і більше	0,5	0,5	0,7	0,8	0,9	1,1	1,4	0,9
Частка на кінець року сільськогосподарських підприємств **, %, з поголів'ям свиней: менше ніж 100 голів	51,7	44,4	46,7	48,5	43,7	38,2	40,0	- 11,7
100 – 999	42,4	47,3	44,6	42,5	44,9	48,6	47,2	4,8
1000 і більше	6,0	8,3	8,7	8,8	11,4	13,2	12,8	6,8
Частка на кінець року сільськогосподарських підприємств **, %, з поголів'ям птиці: менше ніж 5000 голів	71,2	66,1	63,5	58,7	59,3	56,6	57,6	- 13,6
5000 – 24999	11,4	11,6	11,8	11,3	11,0	12,8	10,0	- 1,4
25000 і більше	17,4	22,3	24,7	29,9	29,7	30,6	32,4	15,0
Частка сільськогосподарських підприємств **, %: з валовим надоем молока понад 1000 т	8,3	9,0	9,7	11,6	14,9	15,8	17,0	8,7
з обсягом реалізації худоби і птиці на забій понад 1000 т	0,6	1,0	1,4	1,7	1,9	2,2	2,4	1,8
з обсягом виробництва яєць понад 5 млн штук	13,2	16,4	17,6	22,3	22,8	23,6	24,3	11,1

* Розраховано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки.

** У сукупності сільськогосподарських підприємств, що утримували відповідне поголів'я тварин.

З іншого боку, викликають застереження гіпертрофовані масштаби збільшення розмірів окремих сільськогосподарських підприємств. Вони супроводжуються значним зростанням площі угідь у користуванні цих суб'єктів господарювання, що в умовах невирішеності багатьох аспектів земельних відносин створює певну соціальну й політичну напругу. Як зазначалося, процес концентрації виробництва стосується насамперед рослинницьких галузей, натомість у тваринництві він проявляється не так помітно. Інвестори керуються прагматичним прагненням збільшити доходи, орієнтуючись на поточну ринкову кон'юнктуру, однак це не завжди відповідає суспільним потребам.

Із надмірним збільшенням розмірів сільськогосподарських підприємств загострюється проблема керованості, контролю за працівниками, їх індивідуальними трудовими зусиллями й результатами цих зусиль. Ефект економії виробничих витрат, досягнутий за рахунок технологічних чинників, може бути знівельований втратами, пов'язаними з відсутністю належного контролю. Як зазначає С. Дем'яненко, саме проблема менеджменту, кадрів є однією з основних проблем агрохолдингів в Україні [39, с. 4].

Досі концентрація сільськогосподарського виробництва не викликала застережень щодо можливого монополізму аграрних підприємств на окремих ринкових сегментах. Водночас гіганти галузі мають незрівнянно кращі можливості для лобіювання своїх інтересів, аніж інші суб'єкти господарювання. Це може набути негативного забарвлення в тому разі, коли йдеться про претендування на конкурентних засадах на бюджетні кошти, що виділяються для підтримки системи аграрного виробництва [255, с. 112].

Підприємства з різними розмірами та спеціалізацією неоднаково реагують на певні чинники конкурентного середовища. У процесі природного відбору одні з них банкрутують, інші – успішно розвиваються. Цікавим і актуальним у рамках нашого дослідження є питання про перспективність окремих субукладів приватно-орендного сільськогосподарського укладу, сформованих різними організаційно-правовими формами сільськогосподарських підприємств. У процесі його вивчення постає завдання ідентифікувати конкурентні переваги, пов'язані зі статусом цих підприємств. Очевидно, не можна вести мову про беззаперечну потенційну перевагу якоїсь окремої організаційно-правової форми сільськогосподарських товаровиробників [283,

с. 364]. Водночас можна дійти певних висновків, проаналізувавши динаміку кількості представників окремих категорій господарств (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Динаміка кількості діючих господарюючих суб'єктів
у сільському господарстві України***

Категорія господарств	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., %
Господарські товариства	7900	7879	7819	7769	7757	98,2
Приватні підприємства	4123	4326	4333	4243	4140	100,4
Виробничі кооперативи	1521	1101	1001	952	905	59,5
Фермерські господарства	42447	43894	42101	41726	41488	97,7
Державні підприємства	386	354	345	322	311	80,6
Підприємства інших форм господарювання	1500	1505	1553	1481	1532	102,1

* Сформовано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки.

Зміна кількості підприємств окремих організаційно-правових форм здійснюється через їх банкрутство чи реорганізацію в іншу форму, зручнішу для засновників господарюючих суб'єктів. Упродовж останніх років відносно стабільною залишається кількість господарських товариств, представлених в основному товариствами з обмеженою відповідальністю. Організаційно-правова форма товариства з обмеженою відповідальністю є зручною для зміни складу засновників підприємства, зокрема, включення до їх складу нового інвестора – фізичної чи юридичної особи. Ця форма в принципі враховує інтереси теперішніх керівників і співвласників багатьох аграрних підприємств, які мають великий досвід господарювання, однак через фінансові проблеми змушені погодитися на певний перерозподіл власності.

Отож, господарські товариства є досить гнучкою формою організації аграрного бізнесу, яка дає змогу вирішувати низку проблем, пов'язаних із залученням інвестицій, зміною управлінського складу,

відповідальністю окремих суб'єктів за результати функціонування підприємства тощо. Ця гнучкість не забезпечує автоматично високу ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств, однак розширює перелік конкурентних стратегій, які вони могли б застосовувати. Прогнозуємо посилення значущості субукладу господарських товариств у системі аграрного виробництва.

Зменшення швидкими темпами кількості виробничих кооперативів свідчить про те, що ця форма організації аграрного бізнесу не знаходить підтримки серед його учасників. Прописаний у нормативно-правових документах демократизм системи управління кооперативом не влаштовує лідерів сільськогосподарських підприємств, які хотіли б мати більші гарантії щодо стабільності свого становища, ширші можливості матеріальної винагороди своєї праці. Кооператив не може застосовувати механізм залучення інвестицій, за яким інвестор стає одним з основних співвласників підприємства. Певні організаційні проблеми виникають за зміни поколінь працівників у сільськогосподарському кооперативі, адже його членами можуть бути лише ті особи, котрі беруть майнову та трудову участь в його діяльності. Молоді складно зробити необхідний пайовий та вступний внески, натомість особи похилого віку та інші, котрі припиняють членство в кооперативі, змушені погоджуватися з порядком і строками одержання паю, визначеними статутом підприємства.

Відносно стабільною залишалася упродовж досліджуваного періоду кількість приватних підприємств. У цій організаційно-правовій формі сільськогосподарських товаровиробників концентровано виражена реалізація однієї з ідей аграрної реформи – щодо повної відповідальності за результати господарювання власника підприємства, який є його одноосібним засновником і керівником [283, с. 364]. Стратегія ліквідації для приватних підприємств може полягати в повному продажу їх іншому власнику чи реорганізації внаслідок появи інших співвласників у товариство з обмеженою відповідальністю.

Найчисленнішою категорією підприємств, представленою в приватно-орендному сільськогосподарському укладі, є фермерські господарства. Основна організаційно-правова відмінність між ними й приватними підприємствами полягає в тому, що статус членів фермерського господарства можуть за бажанням набути члени сім'ї засновника підприємства, а це створює для них певні додаткові соціальні гарантії [285, с. 75].

Серед фермерських господарств виділимо окрему категорію – господарства сімейного типу. Статус таких відображений у законодавстві багатьох країн. Йдеться про сільськогосподарські підприємства, в яких, за визначенням експертів ФАО, “робота, необхідна для раціональної організації виробництва, виконується переважно членами сім’ї... Сімейне господарство повинно бути в змозі забезпечити всім зайнятим у ньому такий індивідуальний дохід, який достатній для сучасного рівня життя і який по можливості відповідає загальному заробітку найманих працівників у інших галузях” [222, с. 24].

У сімейних фермерських господарствах допускається використання залученої на постійній чи тимчасовій основі найманої робочої сили. Але оскільки основні турботи з ведення господарської діяльності лягають на членів однієї сім’ї, такі сільськогосподарські підприємства залишаються порівняно невеликих розмірів. Кількісно саме підприємства сімейного типу домінують серед фермерських господарств економічно розвинутих країн. За кількістю найбільша частка серед сільськогосподарських підприємств припадає на них і в Україні. Саме їх діяльність варто ототожнювати з фермерським субукладом у класичному розумінні цього поняття. Натомість у великих фермерських господарствах практично увесь виробничий процес ґрунтується на використанні найманої робочої сили і його організація принципово не відрізняється від організації виробництва в інших великих підприємствах.

Упродовж останніх років окреслилася тенденція до зменшення загальної кількості фермерських господарств. Створення нових господарств переважало серед невеликих за розмірами утворень. Натомість поява нових одиниць серед великих за розмірами господарств – це результат розширення господарської діяльності вже діючих фермерів чи реорганізація у фермерські інших типів сільськогосподарських підприємств.

У табл. 3.5 наведені результати аналітичного групування областей України за темпами зміни упродовж останніх років кількості фермерських господарств, які дають змогу дійти певних висновків щодо впливу різноукладності аграрного виробництва на розвиток фермерства в нашій країні. Одним із найсуттєвіших результатів конкуренції між господарствами, що представляють різні уклади, є перерозподіл між ними земельних ресурсів. Зокрема, в цьому перерозподілі

Таблиця 3.5

Залежність темпів росту кількості фермерських господарств від опосередкованої конкуренції (за земельні ресурси) між різними категоріями сільськогосподарських виробників*

Показник	Група областей України за темпами зростання кількості фермерських господарств протягом 2009-2011 рр.				В Україні
	I – до 90%	II – 90,1 – 95,0 %	III – 95,1 – 100,0%	IV – 100,1% і більше	
Кількість областей у групі	3	5	9	8	25
Кількість фермерських господарств, од.: на кінець 2008 р.	4127	12177	15800	10335	42446
на кінець 2011 р.	3444	11439	15454	10619	40966
Темп зростання кількості фермерських господарств, %	83,5	93,9	97,8	102,7	96,5
Темп зростання упродовж 2009-2011 рр. площі сільськогосподарських угідь у користуванні сільськогосподарських підприємств, %	91,4	94,3	99,9	99,2	97,5
Темп зростання упродовж 2009-2011 рр. площі сільськогосподарських угідь у користуванні підприємств, що звітують за формою №50 с-г, %	103,3	101,9	100,9	104,9	101,6
Темп зростання упродовж 2009-2011 рр. площі сільськогосподарських угідь у користуванні господарств населення, %	107,8	106,9	99,8	100,2	102,6
Темп зростання у 2011 р. до 2008 р. виручки від реалізації сільськогосподарської продукції підприємств, що звітують за формою №50-сг, %	161,2	200,1	207,1	216,7	202,9

* Розраховано за даними джерел [172; 184].

проявляються наслідки опосередкованої конкуренції (за ресурси) між сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення, між різними типами сільгоспідприємств.

З'ясовано, що чим стрімкіші темпи зменшення кількості фермерських господарств, тим помітніше зростала площа сільськогосподарських угідь у користуванні середніх і великих сільськогосподарських підприємств (які звітують за формою № 50-сг) та в користуванні господарств населення. Отже, фермерські господарства та, очевидно, інші невеликі за розмірами підприємства поступалися в конкуренції за земельні ресурси великим агровиробникам. Якщо ж на локальному рівні прямої конкуренції за використання землі не спостерігалося, після ліквідації з тієї чи іншої причини фермерського господарства відповідні угіддя переходили в користування господарств населення.

Спостерігається тенденція до збільшення частки сільськогосподарських угідь у користуванні фермерських господарств та частки виробленої ними валової продукції сільського господарства (дод. И). Відбувається це переважно за рахунок розширення діяльності середніх і великих фермерських господарств. Зокрема, у 2011 році на фермерські господарства з площею сільськогосподарських угідь понад 100 га припадало 79,5% використовуваних фермерами країни земельних ресурсів і, очевидно, вони виробляли адекватну частку продукції. Водночас аналіз процесів, що відбуваються у фермерському субукладі, дає підстави для висновку, що відповідні господарства не володіють якимисьь специфічними конкурентними перевагами порівняно з іншими категоріями сільськогосподарських підприємств. Тому сьогодні фермери не відіграють особливої ролі на основних сегментах аграрного ринку, а отже, не створюють своєю діяльністю помітного збурення в конкурентному середовищі.

Попри це, діяльність фермерів урізноманітнює конкурентні відносини у вітчизняному аграрному секторі. Найпомітнішою стала їх участь у конкуренції за право користування земельними ресурсами, яка нерідко набувала досить запеклих форм. Статистика не виділяє окремо фермерські господарства сімейного типу, та якщо припустити, що площа використовуваних ними угідь рідко перевищує 100 га, то з наведених у дод. И даних можна дійти висновку, що в розпорядженні таких господарств перебуває всього кілька відсотків сільськогосподарських угідь нашої країни й у динаміці площа їх землекорис-

тування зменшується. Лише у групах господарств із розміром землекористування понад 100 га спостерігається стійке збільшення загальної їх кількості.

Іншою особливістю є досить тісна пряма залежність рівня рентабельності фермерських господарств від їх розміру, характеристикою якого є обсяг виручки (табл. 3.6). Оскільки фермерські господарства не тільки домінують серед найменших за розмірами сільськогосподарських підприємств, а й досить широко представлені серед більших за розмірами суб'єктів господарювання (дод. І), доходимо висновку, що ця залежність є типовою для всього приватно-орендного сільськогосподарського укладу.

Таблиця 3.6

Залежність ефективності діяльності фермерських господарств України від їх розмірів*

Група фермерських господарств за обсягом виручки, тис. грн	Рівень рентабельності, %					2011 р. до 2005 р., +/-
	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	
до 50,0	4,8	9,4	14,5	15,1	- 5,0	- 9,8
50,1 – 100,0	15,0	15,6	18,9	19,7	9,5	- 5,5
100,1 – 200,0	9,9	17,9	20,6	24,3	9,3	- 0,6
200,1 – 300,0	20,2	20,1	20,9	23,5	19,0	- 1,2
300,1 – 500,0	18,2	18,3	21,4	24,5	7,8	- 10,4
500,1 – 1000,0	22,8	21,0	21,8	21,8	8,1	- 14,7
1000,1 – 5000,0	20,3	25,7	25,9	33,8	16,9	- 3,4
5000,1 – 10000,0	21,7	27,0	26,3	39,9	53,6	31,1
понад 10000,0	23,2	36,4	25,2	38,7	87,7	64,5
Всього в сукупності	18,1	24,6	24,0	32,4	33,4	14,9

* Сформовано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки

У 2011 році 70% діючих фермерських господарств отримали, за даними їх звітності, виручку від реалізації, яка не перевищувала 100 тис. грн [184, с. 180], причому більшість із них були збитковими. Надходжень цих господарств (навіть рентабельних, адже йдеться про

виручку, а не про прибуток) вочевидь недостатньо для забезпечення належного соціального захисту окремої сім'ї, в якій немає інших джерел доходів. На основі цього доходимо висновку, що основною причиною припинення діяльності невеликих фермерських господарств є насамперед недостатній для задоволення особистих потреб рівень доходів. З іншого боку, обсяг доходів обмежується обсягом виробничих ресурсів, що є в користуванні фермера, зокрема, сільськогосподарських угідь. Важко розраховувати на прийнятний для забезпечення потреб сім'ї дохід, маючи в користуванні не більше одного-двох десятків гектарів угідь, виробляючи типову за споживчими характеристиками рослинницьку продукцію (зерно, насіння соняшнику) та продаючи її за традиційними каналами [285, с. 77].

Якщо раніше економісти-аграрники нерідко зазначали, що корінь проблем сімейних фермерських господарств України – не в їх природі, а в загальному економічному середовищі, несприятливому для вітчизняного аграрного бізнесу, то тепер цю тезу слід уточнити. Умови для розвитку сільськогосподарського виробництва й надалі загальною залишаються досить складними. Та якщо лідери галузі демонструють високі економічні показники, то в невеликих за розмірами підприємствах критичний обсяг виробництва продукції, який визначає точку беззбитковості, часто переважає їх ресурсні можливості.

Співвідношення між ймовірним доходом і потребами селянської сім'ї визначає й тенденції розвитку сільськогосподарського виробництва в господарствах населення. Упродовж 90-х років минулого століття соціальна незахищеність сільського населення стала основним чинником екстенсивного розвитку цієї форми господарювання. У поточному столітті ситуація помітно змінилася. Упродовж останніх років економічний вплив особистих селянських господарств на рівень життя сільського населення зменшувався (табл. 3.7). Не внесла принципових змін у цю тенденцію й глибока фінансово-економічна криза, що розпочалася у 2008 році. Особисте селянське господарство перестало вважатися дієвим засобом вирішення соціально-економічних проблем.

Загалом зменшення економічної значущості особистих селянських господарств у системі аграрного виробництва є закономірним наслідком тих соціально-економічних процесів, що відбуваються в Україні, і в кінцевому підсумку, цей процес можна вважати позитивним [257, с. 42]. Він відображає відмову від важкої малопродуктивної

праці в дрібних господарствах, які нездатні застосовувати прогресивні технології інтенсивного сільськогосподарського виробництва. Зменшується й частка видатків домогосподарств сільської місцевості на особисте підсобне господарство у структурі їх грошових витрат. З іншого боку, наведені в табл. 3.7 дані є усередненими, а отже, не відображають повною мірою тих процесів, які відбуваються в індивідуально-приватному сільськогосподарському укладі. Для багатьох селянських сімей ведення особистого господарства продовжує мати неабияке значення.

Таблиця 3.7

Доходи від сільськогосподарського виробництва в особистих господарствах у домогосподарствах України в сільській місцевості, в середньому за місяць із розрахунку на одне господарство*

№ з/п	Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
1	Доходи від продажу с.-г. продукції, грн	171,31	178,23	213,94	277,80	254,55	343,48	356,75
2	Грошові доходи домогосподарств, грн	993,90	1190,29	1484,40	2040,20	2218,97	2607,35	2912,53
3	Частка доходів від продажу с.-г. продукції у грошових доходах домогосподарств, %	17,2	15,0	14,4	13,6	11,5	13,2	12,2
4	Вартість спожитої продукції, отриманої від особистого підсобного господарства та від самозаготівель, грн	183,70	207,57	232,12	283,59	336,75	406,85	431,89
5	Доходи від с.-г. виробництва в особистих господарствах (р. 1 + р. 4), грн.	355,01	385,80	449,06	561,39	591,30	750,33	788,64
6	Загальні доходи домогосподарств, грн	1210,78	1431,79	1756,05	2374,34	2619,39	3086,85	3424,48
7	Частка доходів від с.-г. виробництва (р. 5) у загальних доходах домогосподарств, %	29,3	26,9	25,4	23,6	22,6	24,3	23,0

* Розраховано за даними статистичних збірників “Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України)” за відповідні роки

Проведені нами дослідження в розрізі областей України не виявили певної виразної залежності темпів змін загальних обсягів ви-

робництва в господарствах населення від інших, окрім рівня доходів сільських домогосподарств, економічних чинників. Такі зв'язки простежуються, якщо проаналізувати зміни в обсягах виробництва окремих видів продукції в господарствах населення та сільськогосподарських підприємствах. Отже, особливості конкуренції між двома основними категоріями агровиробників проявляються сьогодні насамперед в окремих сільськогосподарських галузях, на окремих сегментах ринку.

Безумовно, співіснування господарств населення і сільськогосподарських підприємств позначається на конкурентних відносинах в аграрному секторі. Активна ринкова діяльність багатьох підприємств тіснить позиції господарств населення. Така тенденція загалом є позитивною, свідчить про зміцнення конкурентоспроможності вітчизняної системи аграрного виробництва. Іншим результатом конкурентних відносин є тенденція до укрупнення розмірів сільськогосподарських підприємств. Хоча вона має загалом прогресивний характер, гіпертрофовані її прояви в діяльності особливо великих підприємств ведуть до таких змін у конкурентному середовищі, які спроможні ускладнити умови гармонійного розвитку аграрного сектора.

3.2. Вплив несільськогосподарських виробників на формування конкурентного середовища в аграрному секторі

На перебіг конкуренції в аграрному секторі суттєво впливає діяльність суб'єктів господарювання з інших галузей і сфер економіки. Одні з цих суб'єктів є безпосередніми партнерами сільськогосподарських виробників, і відносини між ними доповнюються економічним протистоянням, яке неминуче виникає між продавцями й покупцями. Інші не беруть безпосередньої участі у виробництві агропромислової продукції, але змагаються зі сільськогосподарськими виробниками за доступ до ресурсів широкого користування, тобто виступають учасниками опосередкованої конкуренції з ними.

Зазначених суб'єктів можна об'єднати в категорію “несільськогосподарські виробники, що беруть участь у різних формах конкуренції в аграрному секторі”. Їхні дії, зайнята ними позиція формують конкурентне середовище, зовнішнє щодо агровиробників. Тиск цього

середовища на розвиток аграрного сектора помітно переважає економічні наслідки галузевої конкуренції – між сільськогосподарськими виробниками, які, як зазначено, функціонують переважно на ринках з ознаками досконалої та монополістичної конкуренції.

Серед форм економічного протистояння, що безпосередньо визначає перспективи розвитку вітчизняного сільського господарства, виділимо міжгалузеву конкуренцію – між представниками капіталу за власність у привабливих секторах економіки, де склалися можливості одержати високу норму прибутку. Саме низька інвестиційна привабливість стала однією з основних причин глибокої аграрної кризи.

Проблеми з інвестуванням характерні й для інших галузей народного господарства, хоча й характеризуються в окремих із них різною гостротою. Дійти певних висновків щодо результатів міжгалузевої конкуренції можна, порівнявши зміни в розподілі інвестицій в основний капітал у розрізі окремих галузей економіки.

У 2011 році порівняно з 2001 роком обсяг інвестицій в основний капітал загалом в економіці збільшився в 7,3 раза, у сільському господарстві, мисливстві та пов'язаних із ними послугах – в 11,6 раза (дод. К). На основі цього можна дійти висновку про позитивні для аграрного сектора економіки зміни в результатах міжгалузевої конкуренції. Інвестиційна привабливість його підприємств зростала, причому останніми роками помітнішими темпами. Отож, конкурентне середовище для сільського господарства стало сприятливішим.

Вважаємо за доцільне порівняти частку інвестицій, отримуваних сільським господарством, з часткою продукції галузі в загальному випуску валового внутрішнього продукту (табл. 3.8). Якщо частка інвестицій в основний капітал галузі перевищуватиме частку виробленої нею продукції, можна вважати, що в міжгалузевій конкуренції вона досягла незаперечних успіхів, і навпаки.

За даними Державної служби статистики України, частка продукції сільського господарства у випуску валового внутрішнього продукту у 2011 році порівняно з 2001 роком помітно зменшилася. Відбулося це за рахунок стрімкого розвитку в середині минулого десятиліття окремих галузей промисловості, будівництва, деяких інших секторів економіки. Однак порівняно з 2008 роком ця частка зросла, тобто сільське господарство в період фінансово-економічної кризи останніх років демонструє кращу порівняно з іншими основними галузями економіки динаміку.

Таблиця 3.8

Частка аграрного сектора у формуванні валового внутрішнього продукту та обсягах інвестування економіки*

Показник	2001 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до, +/-	
									2001 р.	2008 р.
Випуск продукції сільського господарства, мисливства та лісового господарства до випуску валового внутрішнього продукту, %	13,7	9,0	7,9	6,9	7,0	7,6	7,7	8,3	- 5,4	1,3
Випуск продукції сільського господарства до випуску валового внутрішнього продукту, %	13,5	8,8	7,6	6,7	6,8	7,4	7,5	8,1	- 5,4	1,3
у т.ч. нефінансових корпорацій та сектора загальнодержавного управління	5,4	3,5	3,1	2,8	3,3	3,6	3,8	4,1	- 1,3	0,8
Частка інвестицій в основний капітал у сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві, %	5,0	5,4	5,8	5,1	7,2	6,2	7,1	7,6	2,6	0,4
Частка прямих іноземних інвестицій в сільське господарство, мисливство, лісове господарство, на кінець року, %	1,9	1,8	1,9	1,9	2,3	2,0	1,9	1,6	- 0,3	- 0,7

* Розраховано за даними джерел [184; 190].

Водночас порівнювати частку інвестицій, що припадають на сільське господарство, слід не з загальною часткою вартості сільськогосподарської продукції, а з тією її часткою, що припадає на сільськогосподарські підприємства (в інформації Держстату вони представлені як нефінансові корпорації та сектор державного управління) [266, с. 207]. Дані про інвестиції в аграрний сектор стосуються саме цих підприємств. Звичайно, факти інвестування мають місце й серед домашніх господарств (у формі придбання технічного засобу, спорудження підсобного виробничого приміщення), але для визначення інвестицій в основний капітал галузі статистикою вони не враховуються.

Отже, маємо такий результат: у 2011 році на сільськогосподарські підприємства України припадало 4,1% випуску валового внутрішнього продукту. При цьому ці виробники разом із підприємствами мисливства та лісового господарства отримали 7,6% інвестицій в основний капітал. Наведені в табл. 3.8 показники свідчать про те, що в міжгалузевій конкуренції аграрний сектор економіки зміцнює свої позиції.

Не спостерігаємо кардинальних змін у ставленні до вітчизняного сільського господарства з боку зарубіжних інвесторів. Звичайно, загальний обсяг іноземних інвестицій у галузь зростає, однак темпи й обсяги цього збільшення свідчать про те, що зарубіжні інвестори поки що особливо не виділяють аграрний сектор серед інших сфер української економіки. Ріст вкладень у нього формується переважно завдяки активності вітчизняних інвесторів.

Увага інвесторів до тієї чи іншої сфери економіки залежить від цілком прагматичних обставин – можливості одержання прибутку на вкладений капітал. Оцінити інвестиційну привабливість галузі можна на основі рівня рентабельності операційної діяльності. Наведені в табл. 3.9 дані свідчать, що показники економічної ефективності операційної діяльності сільськогосподарських підприємств останніми роками помітно перевищували аналогічні показники інших основних галузей економіки й народного господарства загалом. Зазначимо, що показники рентабельності сільськогосподарських підприємств були значно вищими, ніж підприємств із виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів, які використовують сільськогосподарську сировину.

Потрібно зазначити, що рентабельність операційної діяльності сільськогосподарських підприємств враховує отримані ними з бюджету дотації та інші трансфертні платежі, які відображають державну підтримку аграрного сектора. Сам рівень цієї підтримки останніми роками був досить вагомим, суттєво підвищував інвестиційну привабливість сільського господарства, а отже, сприяв зміцненню його позицій у міжгалузевій конкуренції [266, с. 208].

Таблиця 3.9

Рівень рентабельності операційної діяльності підприємств окремих галузей економіки, %*

Галузь	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2000 р., +/-
Усього в народному господарстві**	2,7	7,0	3,9	3,3	4,0	5,8	3,1
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	- 1,6	12,7	12,9	14,7	23,2	23,2	24,8
Промисловість	4,8	5,5	4,9	1,8	3,6	4,8	0
у т.ч. виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	3,3	3,7	1,9	5,4	4,5	4,2	0,9
Будівництво	1,3	2,2	- 2,7	- 0,9	- 1,2	0,8	- 0,5
Діяльність транспорту і зв'язку	2,4	11,7	6,9	8,5	7,2	7,5	5,1

* Розраховано за даними джерела [190].

** Крім банків і бюджетних установ.

Індикатором результатів міжгалузевої конкуренції можна вважати темп зростання упродовж року розміру балансів підприємств у розрізі окремих галузей економіки та розміру першого розділу пасиву балансів – власного капіталу (табл. 3.10). Приріст упродовж року валюти балансу свідчить про збільшення масштабів господарської діяльності підприємств окремих галузей, а отже, про капіталізацію зростання в окремих секторах економіки.

Приріст власного капіталу є результатом збільшення статутного, пайового капіталу підприємств, додатково вкладеного капіталу, нерозподіленого прибутку. Зростання власного капіталу відбувається завдяки інвестиційній діяльності власників підприємств, у тому числі

Таблиця 3.10

Темп зростання упродовж року валюти балансу та власного капіталу підприємств в окремих галузях економіки, %^{*}

Галузь	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зростання валюти балансу											
Усього в народному господарстві ^{**}	112,8	110,9	119,7	121,3	117,3	127,7	137,3	132,9	115,8	117,3	115,8
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	97,7	98,3	106,3	109,5	119,0	120,3	132,7	150,3	114,7	120,4	132,3
Промисловість	106,8	107,2	112,4	116,9	110,4	119,1	123,4	128,7	112,6	114,6	110,9
Будівництво	111,1	112,3	125,1	130,0	139,6	154,0	163,9	144,8	111,2	113,0	121,7
Діяльність транспорту і зв'язку	105,5	106,3	113,7	115,5	115,5	125,7	127,6	124,6	105,7	108,6	111,2
Зростання власного капіталу											
Усього в народному господарстві ^{**}	108,0	104,5	109,4	115,0	113,7	119,3	128,4	110,1	108,5	113,9	110,7
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	89,5	93,9	96,5	105,7	112,2	112,4	131,5	125,9	115,4	127,3	129,0
Промисловість	106,6	101,6	104,8	115,4	110,8	115,2	117,0	111,6	103,3	105,9	110,6
Будівництво	104,5	108,7	104,2	102,1	123,4	149,1	144,5	106,6	106,0	96,9	101,7
Діяльність транспорту і зв'язку	101,5	111,0	111,4	111,2	111,1	122,3	121,4	114,2	108,5	105,1	105,7

^{*} Розраховано за даними статистичних збірників України за відповідні роки.

^{**} Крім банків і бюджетних установ.

реінвестиційної. Воно свідчить про зміцнення фінансової стійкості суб'єктів господарювання. Ще раз зазначимо: ми вважаємо темп зростання власного капіталу індикатором зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

За наведеними в табл. 3.10 даними можна виділити кілька періодів у розвитку сектора економіки, представленого сільськогосподарськими підприємствами. До 2003 року щорічно спостерігалось зменшення валюти їх балансу, до 2004 – власного капіталу, тоді як в інших основних галузях мав місце приріст відповідних показників. З 2004 року позитивна динаміка стала переважати і в аграрному секторі, однак інші основні галузі розвивалися швидшими темпами. З 2008 року сільськогосподарські підприємства (в сукупності з мисливством і лісовим господарством) показують вищі, аніж інші основні галузі, показники розширення економічної діяльності та зміцнення фінансового стану. Значною мірою на такий результат вплинув початок глибокої фінансово-економічної кризи, в умовах якої інвестиційна привабливість аграрного сектора різко зросла.

Упродовж досліджуваного періоду спостерігалася чітко виражена тенденція до зниження коефіцієнта фінансової автономії в усіх основних галузях народного господарства України (дод. Л). У ній відображена особливість розвитку економіки – через запозичення, які давали поштовх розвитку господарської діяльності, але об'єктивно знижували конкурентоспроможність підприємств, оскільки посилювали їх залежність від зовнішніх чинників. Показники балансів у розрізі видів економічної діяльності свідчать, що позиції сільськогосподарських підприємств за цим критерієм конкурентоспроможності є відносно міцнішими. Якщо загалом у підприємствах народного господарства на кінець 2011 року коефіцієнт фінансової автономії становив 0,339, у промисловості – 0,329, будівництві – 0,144, то в сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві – 0,534. На відміну від інших основних галузей економіки загалом у сільськогосподарських підприємствах показники фінансової автономії останніми роками поліпшувалися.

Зміцнення позицій сільськогосподарських підприємств у міжгалузевій конкуренції не забезпечило поки що кардинальних системних позитивних змін в аграрному секторі економіки. Річ у тім, що надто багато було втрачено, зруйновано упродовж 90-х років минулого й на початку поточного століття. Інвестиції в систему аграрного виробни-

цтва можуть надійти тільки в діючі чи створювані сільськогосподарські підприємства, на які у 2011 році припадало лише близько половини загального обсягу виробництва валової продукції галузі.

Зміни в середовищі сільськогосподарських підприємств характеризуються неоднорідністю: поряд із динамічним розвитком окремих суб'єктів господарювання фінансово-економічний стан багатьох із них залишається вкрай складним, з високою ймовірністю можна очікувати припинення їх діяльності в існуючому статусі. Водночас зростає впевненість, що завдяки підвищенню перспективності аграрного бізнесу на місці збанкрутілих з'являться нові конкурентоспроможні суб'єкти господарювання.

Важливим елементом конкурентного середовища є система кредитування. Залежність сільськогосподарських підприємств від зовнішніх запозичень дуже велика. Насамперед це пов'язано з низькою оборотністю оборотного капіталу, зокрема запасів товарно-матеріальних цінностей, що зумовлює підвищену потребу в короткотермінових кредитах на їх поповнення. Вкрай необхідні аграрному сектору й довготермінові кредити, хоча це пов'язано не стільки зі специфікою галузі, скільки з незадовільним станом матеріально-технічної бази в переважній більшості аграрних підприємств.

Змагання сільськогосподарських підприємств за доступ до кредитних ресурсів є проявом опосередкованої конкуренції. Підтримку в цьому вони отримують з боку держави, яка компенсує частину плати за кредити, лобіює агровиробників перед комерційними банками. У результаті частка кредитів, які отримують сільськогосподарські підприємства, помітно перевищує частку випуску ними валового внутрішнього продукту (табл. 3.11). Та, зважаючи на високу кредитомісткість сільськогосподарського виробництва, обсяг запозичень фахівці одностайно оцінюють як недостатній. У кілька разів менше від реальної потреби виділення банківською системою коштів для фінансування найнеобхідніших потреб агровиробників через відсутність в останніх реальної застави І. Кириленко розглядає як одну з ознак неконкурентоспроможності вітчизняного сільського господарства [71, с. 70].

Наведені в табл. 3.11 дані відображають інформацію про залишок коштів у вигляді кредитних зобов'язань підприємств станом на кінець року. Обсяг короткотермінових запозичень сільськогосподарських підприємств усередині року зростає, хоча, як свідчать дані що-

місячних бюлетенів, розміщуваних на офіційному сайті Національного банку України [19], не настільки помітно, щоб ставити під сумнів тезу про необхідність поліпшення короткотермінового кредитування аграрного сектора.

Упродовж останніх років помітно зріс обсяг довготермінових кредитів (на термін понад рік), що надавалися сільськогосподарським виробникам, та їх частка в загальному обсязі кредитування підприємств галузі. У цьому також проявляється тенденція до підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектору. Щоправда, надходять такі кредити насамперед до економічно потужних підприємств, спроможність яких повернути позику не викликає особливих сумнівів. Загальний обсяг довготермінових кредитів залишається явно недостатнім для вирішення проблем галузі.

Таблиця 3.11

Обсяг кредитів (залишок коштів), виданих комерційними банками сільському господарству, мисливству, лісовому господарству, на кінець року*

Рік	Усього кредитів		У тому числі			
			короткотермінових		довготермінових	
	млн грн	до загального за суб'єктами господарювання, %	млн грн	до загального за суб'єктами господарювання, %	млн грн	до загального за суб'єктами господарювання, %
2004	5218	7,1	2781	7,5	2436	6,6
2005	8192	7,5	3638	10,3	4141	6,8
2006	11874	7,1	4981	6,7	6893	7,5
2007	16508	6,1	6294	5,6	10214	6,4
2008	28812	6,5	10851	5,7	17961	7,1
2009	26026	5,6	10245	5,1	15780	6,0
2010	26545	5,3	8631	4,1	17914	6,1
2011	34143	5,9	13336	5,3	20807	6,4

* Розраховано за даними бюлетенів Національного банку України, розміщених на офіційному сайті НБУ.

Сумніви банків щодо безпечності кредитування сільськогосподарських підприємств є небезпідставними. За інформацією Нацбанку України [19], останніми роками серед залишку наданих сільськогосподарським підприємствам кредитів частка протермінованих здебільшого була вищою, аніж в інших основних галузях економіки, і лише станом на кінець 2011 року спостерігалася протилежна ситуація. Менша прискіпливість з боку банків у прийнятті рішення про видачу позики, очевидно, призвела б до підвищення цього показника.

Відсоткові ставки за кредитами, наданими комерційними банками сільськогосподарським підприємствам, принципово не відрізняються від плати за кредити, надані суб'єктам інших галузей. Однак держава за рахунок бюджетних коштів компенсує підприємствам АПК частину плати за кредити. Порядок використання відповідних коштів регламентується постановами Кабміну, які передбачають надання відповідної компенсації на конкурсній основі. Отже, окрім опосередкованої конкуренції за доступ до кредитів, сільськогосподарські підприємства беруть участь у конкуренції за можливість використання механізму здешевлення позик.

Проявом опосередкованої конкуренції є й змагання представників різних галузей за залучення до роботи на своїх підприємствах кваліфікованих, ініціативних працівників. Основним засобом, що його використовують суб'єкти господарювання в цьому змаганні, є розмір заробітної плати. Упродовж тривалого часу сільське господарство залишається сектором економіки, в якому рівень заробітної плати найманих працівників один із найнижчих (табл. 3.12). У 2011 році він був на 32% нижчим за середній в народному господарстві. Слід зазначити, що хоча відносна різниця між оплатою праці в досліджуваній галузі та середньою в економіці країни зменшується, абсолютна – продовжує збільшуватися.

На перший погляд, в умовах безробіття, проблеми якого особливо актуальні для сільського населення, конкуренція на ринку праці може існувати лише між працівниками за вигідні робочі місця. Така конкуренція, безумовно, існує, однак не варто ігнорувати й інший процес – відтік робочої сили з менш вигідних для неї сфер зайнятості у більш високооплачувані. Суттєвим є те, що цей процес охоплює найактивніших, молодших за віком працівників, а тому безпосередньо позначається на конкурентоспроможності підприємств.

Таблиця 3.12

Середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників в основних галузях економіки України, грн*

Галузь	2001 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Усього в народному господарстві	311	806	1041	1351	1806	1906	2239	2633
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	154	437	581	771	1101	1220	1467	1853
в т.ч. сільське господарство та пов'язані з ним послуги	151	415	553	733	1077	1206	1430	1801
Промисловість	406	967	1212	1554	2017	2117	2580	3120
Будівництво	362	894	1140	1486	1832	1511	1754	2251
Діяльність транспорту і зв'язку	460	1057	1328	1670	2207	2407	2726	3138

* До 2009 року включно – без найманих працівників статистично малих підприємств і зайнятих у фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності. Розраховано за джерелом [184, с. 391].

Масштаби відтоку робочої сили зі сільськогосподарських підприємств дуже великі. Зокрема, середньооблікова кількість найманих працівників у сільському господарстві, мисливстві й лісовому господарстві зменшилася з 2206 тис. осіб у 2001 році до 783 тис. осіб у 2011 році, або майже утричі. З одного боку, відтік робочої сили пов'язаний зі згортанням виробництва трудомісткої продукції в сільськогосподарських підприємствах, зменшенням їх розмірів. З іншого, саме брак досвідчених, ініціативних, дисциплінованих працівників посилює процеси деградації чи розвалу багатьох сільськогосподарських підприємств. Дефіцит таких працівників стає дедалі помітнішим в умовах поживлення аграрного бізнесу, надходження в галузь інвестицій. Процес зменшення кількості працівників у сільськогосподарських підприємствах не становитиме загрози, якщо вирішуватимуться питання покращання технічного забезпечення галузі та підвищення рівня матеріального стимулювання працівників на сезонних роботах [299, с. 508].

Дешевизна робочої сили – специфічний з точки зору конкурентних відносин чинник. У багатьох країнах світу він є ключовим джерелом конкурентних переваг їх економік. Та не можна сформулювати конкурентну перевагу за рахунок низької оплати праці для окремого

підприємства галузі чи окремої галузі в рамках національної економіки. Негативний вплив низького рівня заробітної плати найманих працівників для конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств вбачаємо в такому:

- втрата найціннішої, найефективнішої частини трудового потенціалу підприємств;
- зниження ініціативності працівників, їх зацікавленості в досягненні високих кінцевих результатів, наслідком чого є низька трудова дисципліна;
- необхідність пошуку додаткових заробітків за межами підприємства, зокрема, в особистому селянському господарстві, що призводить до надмірної втомлюваності, є причиною низької продуктивності праці на основному робочому місці [287, с. 11-12].

Потрібно зазначити, що останніми роками частка видатків сільськогосподарських підприємств на оплату праці у структурі їх операційних витрат (9-10%) помітно не відрізнялася від середньої в промисловості України, але поступалася аналогічним показникам підприємств харчової, переробної, легкої промисловості. Очевидно також, що не можна вести мову про адміністративне спонукання до підвищення оплати праці в сільськогосподарських підприємствах. Воно повинно стати результатом спеціально розробленої стратегії, яку варто розглядати як одну з функціональних стратегій підвищення конкурентоспроможності цих підприємств.

Системна залежність між економічною ефективністю функціонування аграрних підприємств і рівнем оплати праці їх працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, простежується доволі слабо. До такого висновку доходимо, проаналізувавши залежність оплати праці середньооблікових працівників цих підприємств від рентабельності сільськогосподарського виробництва в аграрних підприємствах у розрізі регіонів України (табл. 3.13). Дані стосуються середніх і великих сільськогосподарських підприємств, які звітують за формою №50-сг.

Певний прямиий зв'язок між досліджуваними ознаками сформувався значною мірою завдяки результатам, отриманим у регіонах із найвищими показниками економічної ефективності виробництва в сільськогосподарських підприємствах. Натомість у регіонах із порівняно низькими показниками ефективності основного виробництва в підприємствах досліджуваної галузі ця залежність проявляється не

так виразно. Не можна вважати достатньо високим рівень оплати праці в агропідприємствах навіть у регіонах з найвищою економічною ефективністю сільськогосподарського виробництва. Вивчення залежності між рівнем заробітної плати та прибутком із розрахунку на одного працівника, часткою витрат на оплату праці у структурі виробничих витрат підводить до висновку, що здебільшого персонал сільськогосподарських підприємств не отримує відчутної винагороди у вигляді премій [287, с. 12].

Таблиця 3.13

Залежність рівня оплати праці в сільськогосподарських підприємствах України від економічної ефективності їх основної діяльності у 2011 р.*

Показник	Група регіонів за рівнем рентабельності сільськогосподарської діяльності у сільськогосподарських підприємствах, %				В Україні
	I група до 15,0	II група 15,1 – 25,0	III група 25,1 – 30,0	IV група 30,1 і більше	
Кількість регіонів у групі	6	8	6	6	26**
Середній рівень рентабельності с.-г. діяльності, %	12,2	20,5	28,4	36,9	27,0
Оплата праці середньо-облікового працівника, зайнятого в основному виробництві, грн	14076	15320	16930	24001	17720
Частка витрат на оплату праці у витратах на сільськогосподарське виробництво, %	8,4	8,9	8,0	11,2	9,1
Обсяг витрат на оплату праці в основному виробництві з розрахунку на 1 га с.-г. угідь, грн	417	422	459	655	489

* Розраховано за джерелом [133].

** Включаючи м. Київ.

Дослідження проведені й у розрізі основних галузей – рослинницької й тваринницької (дод. М). Вони також засвідчили відсутність чітко вираженого прямого зв'язку між показниками економічної ефек-

тивності виробництва продукції та рівнем оплати праці середньооблікових працівників, обсягом видатків на оплату праці з розрахунку на 1 га угідь. Йдеться лише про наявність певної залежності між досліджуваними ознаками.

Із наведених даних можна дійти висновку, що функціональна стратегія підвищення конкурентоспроможності, яка передбачає удосконалення системи матеріального стимулювання за досягнуті результати, використовується лише окремими підприємствами, має переважно фрагментарний характер. Відставання галузі за рівнем оплати праці залишається надто великим. Менеджмент більшості сільськогосподарських підприємств не відносить формування конкурентних переваг за рахунок удосконалення системи оплати праці до пріоритетних конкурентних стратегій. Значно більше уваги приділяється технічному переоснащенню підприємств, досягненню успіху в конкуренції за право використовувати (орендувати) сільськогосподарські угіддя.

Серед основних причин складного фінансово-економічного становища сільськогосподарських підприємств незмінно виділяється диспаритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію. Дійсно, кількість сільськогосподарської продукції, яку треба продати агровиробникам для того, щоб купити за виручені кошти одиницю техніки, пально-мастильних матеріалів, мінеральних добрив тощо порівняно з 1990 роком збільшилася в кілька разів. Динаміку цін на матеріально-технічні ресурси для сільськогосподарських виробників і закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію можна розглядати як результат економічного суперництва між продавцями й покупцями. Як зазначено, це суперництво ми ідентифікуємо як конкуренцію всередині ланцюга створення цінності в агропромисловому комплексі.

Перебіг такого суперництва можна постежити за індексами цін виробників різних галузей економіки, наведеними в табл. 3.14. Відображені в ній сукупні індекси витрат матеріально-технічних ресурсів на виробництво сільськогосподарської продукції статистичні органи розглядають у контексті з індексами цін на промислову продукцію, спожиту в сільському господарстві [184, с. 64].

Спостерігається така закономірність: останніми роками темпи зростання цін реалізації сільськогосподарської продукції дещо перевищували індекси цін на матеріально-технічні ресурси або принаймні

Таблиця 3.14

Індекси цін виробників, до попереднього року, %*

Показник	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до, %	
							2005 р.	2008 р.
Ціни реалізації сільськогосподарської продукції**	102,4	138,0	110,3	106,4	130,0	113,6	244,9	157,1
в т.ч. продукції рослинництва	114,1	157,7	95,2	109,1	139,8	115,7	302,3	176,5
продукції тваринництва	88,8	115,8	147,4	101,4	114,3	109,2	191,9	126,6
Ціни реалізації сільськогосподарської продукції** переробним підприємствам	94,0	120,0	133,1	101,1	124,9	110,0	208,5	138,9
в т.ч. продукції рослинництва	108,4	112,9	106,7	130,4	126,7	108,8	234,8	179,8
продукції тваринництва	88,5	122,6	144,5	91,9	124,2	110,7	182,1	126,4
Продукція переробної промисловості	107,7	116,4	134,9	106,7	118,8	116,3	249,3	147,4
Продукція харчової промисловості, напоїв і тютюнових виробів	105,8	114,0	127,5	115,9	118,0	115,6	243,1	158,1
Корми готові для тварин та свійської птиці***	114,8	163,7	103,7	110,0	108,3	108,1	251,0	128,8
Паливо дизельне***	106,5	145,5	86,4	112,4	119,7	117,2	210,6	157,3
Добрива азотні***	113,8	151,8	110,6	137,1	130,0	120,1	409,1	214,1
Шини для сільськогосподарських машин***	112,9	105,3	127,6	103,6	131,5	121,9	244,4	161,1
Трактори для сільськогосподарства***	108,0	109,0	119,6	108,1	106,1	121,3	195,8	139,1
Вузли та деталі для сільськогосподарських машин	114,5	110,7	120,6	108,7	109,4	117,0	212,6	139,1
Будівельно-монтажні роботи в сільському господарстві	119,4	117,6	140,0	109,5	118,7	120,3	313,7	156,4
Сукупний індекс витрат матеріально-технічних ресурсів на виробництво с.-г. продукції	114,0	119,5	144,1	101,0	115,5	118,6	271,7	138,4

* Розраховано за джерелами [66; 184].

** Сільськогосподарські підприємства.

*** Грудень до грудня попереднього року.

суттєво не поступалися їм у розрізі окремих видів цих ресурсів. Натомість індекси цін реалізації сільськогосподарськими підприємствами сировинної продукції переробним підприємствам поступалися темпам зростання цін продукції переробної та харчової промисловості. Отже, сільськогосподарські підприємства зберігають певну паритетну рівновагу у відносинах із постачальниками промислових товарів, однак менш успішно відстоюють свої інтереси в конкуренції з покупцями їх продукції – сільськогосподарської сировини. У дещо гіршій ситуації останніми роками були виробники продукції тваринництва. Вищі темпи зростання цін на рослинницьку продукцію можна пояснити значними обсягами її експорту, що зумовлює зростання попиту, а отже, й цін на неї.

Привертають увагу помітні коливання темпів зростання цін на сільськогосподарську продукцію. В окремі роки спостерігалось навіть певне їх зниження. У рослинництві воно збігалось зі збільшенням пропозиції основних видів продукції у врожайні роки, у тваринництві – зі загостренням проблем експорту української м'ясної та молочної продукції. Переробні та заготівельні підприємства чутливо реагували на коливання ринкової кон'юнктури, намагаючись використати зміну ситуації на свою користь. Натомість темпи зростання цін на продукцію, реалізовану тими каналами, де сільськогосподарські виробники мали певну можливість самостійно визначати умови її реалізації, були значно вищими.

Наведені в табл. 3.9 дані вказують на доволі низький рівень рентабельності операційної діяльності підприємств харчової промисловості. Тому вочевидь не варто перекладати вину на недостатньо високі темпи зростання цін на сільськогосподарську продукцію лише на підприємства – покупці цієї продукції. Останні також змушені відстоювати свої інтереси. Аналогічно виробники промислових товарів, що використовуються для сільськогосподарського виробництва, змушені для встановлення цін на свою продукцію враховувати купівельну спроможність аграрних підприємств.

Серед основних причин економічного занепаду в 90-ті роки минулого століття сільськогосподарських підприємств небезпідставно називається різке зниження купівельної спроможності населення. У результаті істотно зменшився попит на куповану продовольчу продукцію, а відтак і на сировину для її виробництва. У поточному столітті ситуація почала виправлятися. Зростання доходів населення супрово-

джувалося підвищенням попиту на м'ясомолочні товари, окремі продукти харчування рослинницького походження. З'явилася можливість підвищувати ціни й на сільськогосподарську продукцію, необхідну для їх виготовлення. Чинник доходів населення і надалі залишатиметься одним із ключових, що впливають на перебіг конкуренції в аграрному секторі, визначатиме, принаймні опосередковано, рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

3.3. Земельні відносини в системі конкурентних відносин аграрного сектора

У Земельному кодексі України земельні відносини трактуються як суспільні відносини щодо володіння, користування і розпоряджання землею [62]. Оскільки земля є базисним елементом ресурсного потенціалу сільського господарства, ці відносини займають виняткове місце в системі виробничих відносин аграрного сектора економіки. Закономірно, що вони є невід'ємним елементом і конкурентних відносин за участю виробників сільськогосподарської продукції, впливають на перебіг процесів конкуренції.

У системі конкурентних відносин земельні відносини проявляються насамперед як змагання за доступ до земельних ресурсів – за право використовувати їх для досягнення певних економічних цілей. Як зазначено, за доступ до земельних ділянок для розміщення своїх підприємств змагаються представники різних галузей, і ми розглядаємо це змагання як прояв опосередкованої конкуренції.

Держава задекларувала пріоритетність використання земель сільськогосподарського призначення в системі агровиробництва, ускладнила можливість їх відведення під забудову, прокладання шляхів, для промислових потреб тощо. Незважаючи на це, площа сільськогосподарських угідь в Україні характеризується тенденцією до зменшення. З одного боку, цей процес є об'єктивним: обмеженість земельних ресурсів не дозволяє уникнути трансформації частини сільськогосподарських угідь у несільськогосподарські для задоволення суспільних потреб. З іншого – маємо факти запеклої боротьби за право повного контролю над окремими ділянками сільськогосподарських угідь у приміських зонах, на курортних, привабливих для тури-

стичної діяльності територіях, і ця боротьба зачіпає інтереси сільськогосподарських товаровиробників. Втім, процеси виведення угідь із сільськогосподарського обігу, якого б характеру вони не набували, мають відносно обмежений характер і не чинять відчутного впливу на рівень конкурентоспроможності основної маси аграрних підприємств.

Значно відчутнішим є вплив на перспективи функціонування цих підприємств конкуренції за право використання ними сільськогосподарських угідь за їх цільовим призначенням. Як відомо, основою земельних відносин у системі товарного аграрного виробництва є відносини оренди земельних часток (паїв), а орендна плата розглядається як елемент соціального захисту власників паїв [259, с. 34]. За результатами здійсненого в Україні в 90-х роках минулого століття паювання основної частини сільськогосподарських угідь право власності на земельну частку (пай) отримали майже 7 млн осіб. Близько двох третин власників паїв віддали їх в оренду сільськогосподарським товаровиробникам, інші обробляють їх самостійно чи взагалі не використовують. Боротьба за прихильність цих кількох мільйонів дрібних землевласників – тих, які уклали договори оренди, й тих, які з різних причин цього не зробили, – і є найзначущішим проявом конкурентних відносин у системі аграрного землекористування [275, с. 16].

Слід зазначити, що ці відносини динамічно змінюються, характеризуються неоднаковою гостротою в різних регіонах. Донедавна конкуренція за право оренди угідь між сільськогосподарськими товаровиробниками взагалі не відносилася до ключових чинників у системі аграрного землекористування. Пошлемося на думку експертів, які вважають, що в Україні чи не найлегше порівняно з іншими країнами Європи можуть отримати доступ до сільськогосподарських земель особи, котрі не здатні професійно вести аграрне виробництво [196, с. 42]. І досі не втратила актуальності теза про відсутність в нашій країні організованого ринку орендних відносин, монопольний тиск з боку орендарів – великих підприємств [1; 22, с. 41; 247, с. 21].

З іншого боку, інтерес до аграрного сектора економіки зростає, і, як зазначалося, в міжгалузевій конкуренції сільське господарство останніми роками досягло незаперечних успіхів. Інвестиції в аграрний бізнес стимулюють укрупнення виробництва, яке неможливе без збільшення площі землекористування. Ринок оренди сільськогосподарських угідь, якщо й не набув досі чітко окреслених організаційних

форм, то цілком реально існує як середовище, в якому перетинаються інтереси різних суб'єктів господарювання.

Певну інформацію про зміни в цьому середовищі дає розміщена на сайті Державного агентства земельних ресурсів України інформація щодо укладання договорів оренди. За даними агентства, станом на жовтень 2010 року в Україні було укладено 4603,1 тис. договорів оренди, а загальна площа орендованих сільськогосподарських угідь становила 17,0 млн га (табл. 3.15). Останніми роками переломлена негативна тенденція виведення земельних ресурсів з великотоварного сільськогосподарського виробництва. Забезпечило цей перелом утвердження на аграрному ринку нових суб'єктів господарювання. На початку 2011 року з ними було укладено майже половину від загальної кількості договорів оренди. Серед нових орендарів за масштабами діяльності переважають агропромислові компанії (агрохолдинги), про діяльність яких вже йшлося. Натомість зменшення частки договорів, укладених із господарствами, із земель яких виділений пай, або з їх правонаступниками свідчить про втрату такими господарствами позицій у конкурентній боротьбі за право оренди земельних паїв. Отже, діяльність агрохолдингів загострила конкуренцію за доступ до земельних ресурсів.

Основним інструментом у цій конкурентній боротьбі виступає орендна плата – її розмір та форма розрахунку. Згідно з Указом Президента України від 19 серпня 2008 року №725/2008 “Про невідкладні заходи щодо захисту власників земельних ділянок та земельних часток (паїв)” плата за оренду земельних паїв мала би становити не менше 3% від грошової оцінки сільськогосподарських угідь. З наведених у табл. 3.15 даних видно, що й у 2010 році ця норма не дотримувалася у більшості договорів оренди. Орендарі, які її не дотримувались, посилалися на продовження попередньо укладених договорів оренди та на рекомендаційний характер Указу Президента України. Та стрімка тенденція до збільшення розміру орендної плати є очевидною й зумовлена вона не тільки зазначеною в Указі вимогою, а й зростанням конкуренції за право оренди угідь.

Готові запропонувати вищу плату насамперед агрохолдинги, які до того ж прагнуть збільшити термін оренди. Агрохолдинги активно скуповують права оренди земельних паїв, витрачаючи на це по 200 дол./га, а в окремих регіонах – і до 500 дол./га [1; 7, с. 5;]. Для порів-

няння, у 2011 році середня плата за оренду 1 га сільськогосподарських угідь в Україні становила близько 46 дол. США.

Таблиця 3.15

**Укладання договорів про оренду земельних часток (пай),
на початок року***

Показник	2009 р.	2010 р.	2011 р.**	2011 р. до 2009 р., +/-
Кількість договорів оренди, тис.	4631,2	4613,6	4603,1	- 28,1
до кількості осіб, які набули право на земельну частку (пай), %	67,0	66,7	66,6	- 0,4
Площа орендованих угідь, млн га	17,7	17,5	17,0	- 0,7
Частка договорів оренди, %, укладених з: господарствами, із земель яких виділений пай, або їх правонаступниками	43,7	42,2	40,1	- 3,6
з фермерськими господарствами	13,6	14,0	14,4	0,8
з іншими суб'єктами господарювання	42,7	43,8	45,6	2,9
Частка договорів, %, з терміном дії:				
на 1 – 3 роки	12,5	10,0	8,8	- 3,7
на 4 – 5 років	51,6	49,0	46,9	- 4,7
на 6 – 10 років	26,7	30,6	33,1	6,4
на понад 10 років	9,2	10,4	11,2	2,0
Частка договорів, у яких передбачена натуральна форма орендної плати, %	73,5	71,6	70,5	- 3,0
Частка договорів з розміром орендної плати до грошової оцінки угідь:				
до 1,5 %	17,9	9,0	6,6	- 11,3
1,5 – до 3,0 %	71,2	59,9	49,0	- 22,2
3,0% і більше	10,9	31,1	44,4	33,5

* Укладено за даними Державного агентства земельних ресурсів України [41].

** На 01.10.2010 р.

Переважно в договорах оренди передбачена натуральна форма орендної плати. Очевидно, вона є менш привабливою для власників паїв порівняно з грошовою. Крім того, в розрахунках із селянами ціни на сільськогосподарську продукцію, встановлювані керівниками аграрних підприємств, є за даними Державного агентства земельних ресурсів України, вищими за ринкові [41], що штучно завищує плату за оренду землі. Тому тенденцію до збільшення частки грошової форми орендної плати також можна вважати свідченням загострення конкуренції між орендарями. Грошову форму пропонують насамперед великі підприємства (агрохолдинги), сформовані за участю вітчизняних і зарубіжних інвесторів.

Водночас натуральна форма орендної плати не завжди виступає індикатором неспроможності сільськогосподарського товаровиробника вести успішну конкуренцію за право оренди угідь. У жовтні 2010 році частка грошової форми орендної плати у загальній сумі передбачених виплат змінювалася від 2,3% у Волинській до 51,9% у Миколаївській області за середнього в Україні показника 26,6% [129]. Проведений нами в розрізі окремих регіонів країни аналіз показав, що простежується певна залежність між часткою грошової форми орендної плати й рівнем розвитку в регіоні сектора аграрної економіки, представленого особистими селянськими господарствами: зі збільшенням частки цих господарств у структурі виробництва валової продукції сільського господарства частка грошової форми орендної плати зменшується. Однак за інших рівних умов частку грошової форми плати за оренду землі можна вважати критерієм рівня конкуренції за право оренди [275, с. 17].

Темпи зростання плати за оренду 1 га сільськогосподарських угідь вважаємо індикатором гостроти конкуренції за право оренди. За сукупністю сільськогосподарських підприємств України, які звітують за формою 50-сг, розмір цієї плати у 2011 році порівняно з 2007 роком збільшилася у 2,4 рази, зростаючи дещо вищими темпами порівняно з іншими видами виробничих витрат (табл. 3.16). Збільшується й загальна площа угідь у користуванні цієї категорії середніх і великих за розмірами підприємств, що за обмеженості земельних ресурсів є чинником, який стимулює загострення конкуренції за право їх використання.

Таблиця 3.16

Оренда землі сільськогосподарськими підприємствами України*

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2007 р., +/-
Площа орендованих сільськогосподарських угідь, тис. га	15587,1	17105,2	17231,0	17500,3	17467,1	1880,0
до площі використовуваних угідь, %	93,2	94,1	94,5	94,8	94,6	1,4
Плата за оренду 1 га угідь, грн	129	185	243	301	365	236
Частка орендної плати у витратах на основне виробництво, %	5,8	5,7	6,8	7,0	6,4	0,6
Орендна плата до виручки від продажу сільськогосподарської продукції, %	6,5	6,8	7,1	7,2	6,8	0,3

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства” за відповідні роки.

Незважаючи на стрімке підвищення рівня орендної плати, відповідні видатки не можна вважати надто обтяжливими для більшості сільськогосподарських підприємств: у 2011 році вони становили всього 6,8% виручки від продажу ними сільськогосподарської продукції, що за мірками економічно розвинутих країн є доволі невеликою платою. Це зумовило значне зростання інтересу до земельних ресурсів нашої країни з боку іноземних інвесторів. Їх прихід в український аграрний бізнес помітно загострив конкуренцію за право оренди угідь і, як наслідок, спричинив невдоволення потенційних вітчизняних інвесторів. Останні почали активно експлуатувати тезу про те, що “земля не повинна діставатися іноземцям”.

Розглядаючи дискусію з цього приводу, не можемо не погодитися з О. Єранкіним, який ставить запитання: кого можна вважати українськими товаровиробниками, адже загальноприйнятою є практика створення підприємств в Україні із входженням капіталу з офшорних зон, який був туди попередньо вивезений з нашої країни [52, с. 108].

Вважаємо, входження на український ринок оренди земельних паїв іноземних компаній, які несуть зі собою сучасні технології, прагнення до прозорих цивілізованих правил гри, інтеграцію у світові агропродовольчі ринки, не можна вважати шкідливим для вітчизняного аграрного сектора явищем. Уникнення небажаних для суспільства явищ, які при цьому можуть мати місце, слід вирішувати в рамках чинного законодавства.

Здійснене нами аналітичне групування регіонів України за темпом зростання плати за оренду землі дало змогу встановити залежність між цим показником (який, як зазначалося, виступає індикатором рівня конкуренції за право використання земельних ресурсів) та основними показниками ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств (табл. 3.17). Опрацьована інформація в розрізі 26 регіонів країни: до першої групи увійшло м. Київ, аграрні підприємства якого, за даними статистичного бюлетеня [133, с. 24], у 2011 році орендували 379,4 тис. га сільськогосподарських угідь. Звичайно, не йдеться про угіддя в околицях столиці. Чимало сільськогосподарських підприємств, зареєстрованих у Києві, використовують землі в різних регіонах країни. Вони активно втручаються в змагання за право їх використання.

Слід зазначити, що різницю між темпами зростання плати за оренду землі в окремих групах не можна охарактеризувати як особливо велику, тобто конкуренція за право її використання загострюється практично в усіх регіонах. Простежується, хоча й не надто виразно, пряма залежність між темпами зростання орендної плати та виробничих витрат у галузі рослинництва з розрахунку на 1 га угідь. Це означає, що здебільшого ті суб'єкти господарювання, які завдяки вищій орендній платі здобули й зберігають право на оренду землі, намагаються отримати віддачу, розвиваючи галузь рослинництва.

Натомість не спостерігається аналогічного зростання витрат на виробництво продукції тваринництва, в чому проявляється одна з основних проблем перерозподілу доступу до земельних ресурсів, який має місце в Україні.

Зростання витрат на оренду землі супроводжується збільшенням виручки від продажу продукції рослинництва з розрахунку на одиницю земельної площі, й у цьому проявляються економічні наслідки інтенсифікації виробництва, яку й характеризує ріст витрат на одиницю площі. Однак спостерігається й інша закономірність: за вищих темпів зростання витрат на оренду землі прибутки підприємств від продажу сільськогосподарської продукції збільшувалися нижчими темпами. Далеко не всі орендарі, вкладаючи кошти в розширення землекористування, зуміли добитися високої економічної ефективності виробництва. Не виключаємо, що в зазначеній тенденції проявляються наслідки спекуляції з правом оренди землі, які, як зазначалося, набули в Україні поширення.

Таблиця 3.17

**Залежність між темпами зростання плати за оренду землі та результатами діяльності
сільськогосподарських підприємств України***

Показник	Група регіонів за темпами зростання плати за оренду 1 га с.-г. угідь у 2011 році порівняно з 2008 роком, %				В Україні
	I група до 185,0	II група 185,1 – 200,0	III група 200,1 – 215,0	IV група 215,1 і більше	
Кількість регіонів у групі	7	8	6	5	26**
Середній темп зростання плати за оренду 1 га с.-г. угідь, %	172,3	191,3	212,6	226,4	197,3
Темп зростання протягом 2008-2011 років, %: виробничих витрат на 1 га с.-г. угідь	160,8	180,2	183,2	181,5	176,6
в т.ч. витрат галузі рослинництва	163,3	196,9	195,1	185,0	184,4
виручки від продажу с.-г. продукції на 1 га с.-г. угідь	181,4	203,5	204,7	213,8	199,8
у т.ч. продукції рослинництва	183,6	218,4	214,7	230,3	210,5
прибутку від продажу с.-г. продукції на 1 га с.-г. угідь	284,7	428,1	366,3	331,6	360,0
витрат на оплату праці з розрахунку на 1 га с.-г. угідь	131,3	175,3	146,9	129,6	149,5
у т.ч. в галузі рослинництва	132,4	200,5	150,5	137,3	158,7
оплати праці середньооблікового працівника, зайнятого в с.-г. виробництві	159,3	209,2	164,7	154,8	176,1

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства” за 2008 та 2011 роки.

** До першої групи увійшло м. Київ.

Порівняння темпів зростання витрат на оренду землі та видатків на оплату праці в сільськогосподарських підприємствах дає змогу дійти важливих висновків про соціальні наслідки конкуренції за право використання земельних ресурсів. Прямий зв'язок між досліджуваними ознаками простежується, однак не є надто помітним. Зауважимо, що витрати на оплату праці зростали значно нижчими темпами, аніж орендна плата. Як зазначалося, рівень заробітної плати в сільському господарстві – серед найнижчих у галузях економіки України. Вступаючи в гостру конкуренцію за право користування землею, підприємці не здійснюють принципових кроків для вирішення цієї проблеми.

Індикатором гостроти конкурентної боротьби за право оренди сільськогосподарських угідь може виступати й відношення плати за оренду до грошової оцінки цих угідь. Допускаємо, що чим вищий цей показник, тим вищим є рівень конкуренції між претендентами на використання земельних ресурсів. Залежність між рівнем орендної плати та окремими показниками господарської діяльності орендарів досліджувалася нами на прикладі сукупності сільськогосподарських підприємств Жовківського та Сокальського районів Львівської області. У досліджувану сукупність увійшло 28 підприємств, які у 2011 році звітували за формою №50-сг.

За даними аналітичного групування (дод. Н) встановлено, що зв'язок між відношенням орендної плати до грошової оцінки орендованих угідь (у відсотках) та низкою інших показників, які мали б, за нашим припущенням, з нею корелювати, доволі слабкий, нерідко – взагалі не простежується. Зокрема, відсутня чітка залежність між рівнем орендної плати та зміною площі орендованих досліджуваними підприємствами угідь, концентрацією земельних ресурсів, часткою плати за оренду землі в загальних витратах підприємств на основне виробництво. Найпомітнішою є пряма залежність між рівнем орендної плати відносно грошової оцінки угідь та економічною ефективністю основної діяльності (рівнем рентабельності сільськогосподарської продукції та послуг).

Отже, на теперішньому етапі розвитку відносин аграрного землекористування рівень орендної плати у відсотках до грошової оцінки угідь не виступає індикатором, за допомогою якого можна було б достатньо аргументовано пояснити ті чи інші дії сільськогосподарських підприємств, що стосуються їх участі в конкуренції за право оренди

землі. Значною мірою це можна пояснити згаданими недоліками у визначенні вартості натуральної форми орендної плати. Водночас з'ясовано, що навіть у групі підприємств, які відобразили у звітності відносно високий рівень орендної плати (понад 3% грошової оцінки угідь), окремі суб'єкти господарювання допустили у 2011 році порівняно з попереднім помітне зменшення площі орендованих угідь. Зменшення їх площі землекористування відбувалося внаслідок переходу земельних паїв в одноосібне користування їх власників, а також в оренду до сільськогосподарських підприємств, які не потрапили в досліджувану сукупність, бо не були зареєстровані на території Жовківського та Сокальського районів чи не звітували за формою №50-сг.

Результатом конкурентної боротьби за право оренди сільськогосподарських угідь є перерозподіл земельних ресурсів між користувачами, тенденція до збільшення середніх розмірів землекористування аграрних підприємств України (дод. П). Успіху в цьому змаганні досягають представники фінансових груп, дії яких не завжди можна розцінювати як вигідні для суспільства. Існують побоювання, що такі процеси перешкоджатимуть розвитку малих форм господарювання в аграрному секторі, що матиме негативні соціально-економічні наслідки. Очевидно, такі побоювання небезпідставні, тому ці процеси потребують поглибленого вивчення.

Приклад зваженого підходу до вирішення зазначеної проблеми демонструє на теренах Західної України аграрна компанія “Лендком”, створена за участю британського капіталу. Діяльність компанії зорієнтована на вирощування в сівозміні зі зерновими ріпаку. Вона бере в оренду угіддя, які раніше перебували в користуванні економічно слабких сільськогосподарських підприємств і використовувались ними вкрай неефективно, нерідко – взагалі не оброблялися. Тому її розвиток не перешкоджає функціонуванню ефективних агровиробників. Компанія активно співпрацює з місцевими громадами, що закріплює за нею імідж вигідного партнера-орендаря.

До цього часу компанії “Лендком” та іншим, які дотримуються схожих принципів формування свого земельноресурсного потенціалу, вдавалося уникати гострих конфліктів, які свідчили би про запеклу боротьбу за доступ до сільськогосподарських угідь. Пов'язано це з тим, що в Західній Україні надто мало ефективних землекористувачів, а значні площі угідь взагалі не використовуються. Та зі зростанням в аграрному секторі кількості успішних підприємців з амбітними

планами розширення бізнесу ситуація загострюватиметься. Тому вкрай важливо розробити прозорі правила доступу до земельних ресурсів, які враховували би кращий закордонний досвід, потреби соціального розвитку сільських територій, особливо депресивних. Затвердження цих правил на законодавчому рівні слід розглядати як один із ключових елементів державного регулювання конкурентного середовища в аграрному секторі економіки.

Як було показано, збільшення концентрації виробництва, що є наслідком укрупнення розмірів землекористування, супроводжується підвищенням технологічної ефективності виробництва продукції рослинництва. У цьому проявляються позитивні наслідки перемоги в конкурентній боротьбі потужних інвесторів, які вкладають значні кошти в інтенсифікацію галузі рослинництва. Однак, як зазначалося, значно менше уваги інвестори приділяють розвитку тваринницьких галузей.

Консолідація права використання земельних ресурсів у формі створення великих за розмірами сільськогосподарських підприємств відбувається за варіантами, які неоднаково впливають на перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектора. Серед цих варіантів виділимо такі:

1. Аграрні підприємства орієнтуються на гармонійне поєднання рослинницьких і тваринницьких галузей, здійснюючи значні інвестиції в розвиток скотарства (насамперед, молочного) та свинарства;

2. Створюються великі підприємства, зорієнтовані на вирощування зернових та окремих технічних культур (ріпаку, соняшнику) за повної відсутності тваринницьких підрозділів;

3. Консолідація земель здійснюється з метою перепродажу права оренди або закріплення цього права за певною бізнес-групою з метою випередження ймовірних конкурентів за доступ до землі.

Найповніше відповідає інтересам суспільства перший варіант розвитку великих сільськогосподарських підприємств. Досвід функціонування окремих таких підприємств, кількість яких зростає, свідчить про те, що створення конкурентоспроможних потужних диверсифікованих сільськогосподарських виробників є в умовах України цілком реальною справою. Щоправда, для цього потрібні значні кошти в модернізацію матеріально-технічної бази.

Поширення на практиці другого із зазначених варіантів призведе до утворення структур, які характеризуються високим рівнем кон-

курентоспроможності. Базується ця конкурентоспроможність на високому попиті на окремі види продукції рослинництва на вітчизняному і світових ринках, дешевизні ключових елементів ресурсного потенціалу (землі, трудових ресурсів), що використовуються в галузі, досягається за рахунок високої технологічної ефективності виробництва. З іншого боку, розвиток таких структур призводить до небажаних змін у структурі аграрного виробництва (деградації окремих галузей), супроводжується негативними агротехнічними наслідками, зокрема, зниженням природної родючості угідь.

З метою недопущення останнього у 2010 році Кабінет Міністрів України прийняв постанову “Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівоzmінах в різних природно-сільськогосподарських регіонах” [156]. Ця постанова має принципове значення з набуттям чинності норм Земельного кодексу, згідно з якими власники й користувачі земель сільськогосподарського призначення, котрі ведуть сільгоспвиробництво на площі понад 100 га, зобов’язані замовити розробку проектів землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівоzmіни на їх полях. За невиконання передбачені адміністративні стягнення у вигляді штрафів.

Процеси, які відбуваються в середовищі великих сільськогосподарських підприємств, можна простежити на прикладі одного з господарств Львівської області, що функціонує у формі товариства з обмеженою відповідальністю, створеного за участю іноземного капіталу. Упродовж останніх років це підприємство помітно збільшило площу землекористування за рахунок оренди земельних паїв (табл. 3.18). Оскільки серед потенційних орендарів у регіоні сформувалася конкуренція за право використання земельних паїв, воно збільшує видатки на орендну плату. Плата за оренду 1 га угідь у 2011 році порівняно з 2008 роком збільшилася у 2,3 рази. Розрахунок з власниками паїв здійснюється лише грошима і вчасно.

До 2010 року товариство намагалося розвивати скотарство, утримувало доволі велику ферму великої рогатої худоби, у тому числі понад 200 корів. Однак у 2010 році цю ферму ліквідували, всю худобу продали. Отож, сільськогосподарська діяльність товариства звелася лише до вирощування зернових, ріпаку, а у 2011 році розпочали вирощувати сою. Зовсім не вирощували останніми роками однорічних чи багаторічних трав, що сприяло би збереженню родючості ґрунту. Однак вузька спеціалізація на вирощуванні зернових і техніч-

них культур не гарантує високого економічного ефекту, про що свідчать наведені в табл. 3.18 дані. Використовуючи у 2011 році майже 8 тис. га сільськогосподарських угідь, досліджуване товариство створило лише 113 постійних робочих місць.

Таблиця 3.18

Економічні показники діяльності товариства*

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2008 р., %
Площа сільськогосподарських угідь, га	5466	6505	7891	7988	146,1
Плата за оренду с.-г. угідь, тис. грн	1093,1	1770,3	3028,0	3672,7	в 3,36 раза
в т.ч. на 1 га угідь, грн	200	272	384	460	230,0
до операційних витрат підприємства, %	3,4	5,1	8,4	6,3	+ 2,9 п.
Середньоспискова кількість працюючих, осіб	82	112	95	113	137,8
Грошові надходження, тис. грн	27410	43267	40129	34697	126,6
Поголів'я великої рогатої худоби на кінець року, голів	291	372	-	-	-
Частка ріллі, зайнята посівами: зернових	79,8	76,0	59,7	59,5	- 20,3 п.
ріпаку	13,8	24,0	34,6	20,5	+ 6,7 п.
Чистий прибуток, тис. грн	4351	9072	6244	- 5510	x

* Розраховано за даними статистичної звітності товариства з обмеженою відповідальністю, що функціонує у Львівській області.

У діяльності зазначеного товариства доволі чітко відобразилися явні та потенційні недоліки процесів концентрації угідь за участю потужних інвесторів, які набувають поширення в Україні. З одного боку, добре, що Україна розширює свою присутність на світових ринках через експорт зерна та продукції вирощування олійних культур. З іншого боку, доходи від експорту йдуть значною мірою іноземним інвесторам, а угіддя не використовуються для наповнення українського ринку багатьма важливими агропродовольчими товарами вітчизняного виробництва [265, с. 62].

Зміна користувача сільськогосподарських угідь не завжди супроводжується їх безпосереднім переходом до ефективного орендаря.

Діяльність посередників та інших суб'єктів, які консолідують угіддя, але не спроможні чи не планують ефективно їх використовувати, має спекулятивний характер. Вона водночас є невід'ємним атрибутом конкурентного середовища на ринку оренди земельних паїв, обслуговує процес переходу права на користування угідь до регіональної й національної еліти, компаній за участю іноземного капіталу.

Кількісне переважання другого і третього із розглянутих нами варіантів формування великих землекористувачів підводить до висновку, що конкурентні відносини в системі аграрного землекористування ведуть до поширення у вітчизняному сільському господарстві латифундизму. Латифундаторами виступають потужні промислово-фінансові групи, вхід в аграрний сектор для яких нерідко – лише один із напрямів диверсифікації їх діяльності. Поширення латифундизму супроводжується відходом від моделі аграрного виробництва, зорієнтованої на розвиток фермерських господарств сімейного типу, сільськогосподарської кооперації.

Розглядаючи цей процес у контексті формування конкурентоспроможної системи аграрного виробництва, зазначимо: конкурентні переваги підприємств, які зосередили контроль над великими масивами земельних угідь, доволі помітні й незаперечні. Стосуються вони насамперед їх спроможності модернізувати виробництво. Наслідком стане підвищення рівня конкуренції серед сільськогосподарських виробників на інших, окрім земельного, ринках.

Очевидно, наслідком надмірної концентрації сільськогосподарських угідь у розпорядженні окремих користувачів стануть помітні соціальні зміни в сільській місцевості. Не вступаючи в дискусію щодо позитивних і негативних явищ, на які слід очікувати, висловлюємо міркування, що негативні аспекти, пов'язані з втратою селянами статусу землевласників і вільних господарів, вважаємо перебільшеними. Право володіння земельним паєм не тільки не створює достатнього соціального захисту для його власника, а й перетворюється за одноособного його використання у переважній більшості випадків на тягар для селянської сім'ї. З іншого боку, статус найманого працівника в потужному аграрному підприємстві, де створена належна система матеріального стимулювання, є для багатьох сільських жителів цілком прийнятним варіантом працевлаштування.

3.4. Конку rentне середовище на окремих сегментах агропродовольчого ринку

Аграрний бізнес є сферою діяльності, для якої доволі складно підібрати певні універсальні закони, принципи, вивести загальні закономірності. Це пов'язано з різноманітністю процесів, які відбуваються на агропродовольчому ринку – середовищі, в якому власне цей бізнес здійснюється.

Структура агропродовольчого ринку дуже складна, і виділяючи для детальнішого розгляду окремі його елементи, ми здійснюємо сегментацію ринку – поділ його на частини (сегменти) за певними ознаками. Найбільш загальним є поділ агропродовольчого ринку на ринки сільськогосподарської продукції (сировини) та продовольства. Його також можна поділити на частини за товарною ознакою, виділивши ринки зерна, цукру, овочів, м'яса, молока тощо. На цьому ринку діють різні за розмірами і принципами поведінки групи виробників і споживачів. Серед найпоширеніших ознак сегментації – географічна, за якою виділяють внутрішній і зовнішній (щодо певної країни) регіональні ринки.

На окремих сегментах агропродовольчого ринку формується особливе конкурентне середовище, основні характеристики якого часто мають доволі специфічний характер. Це накладає відбиток на керуваність і передбачуваність процесів, які відбуваються на цих сегментах, на їх привабливість і в кінцевому підсумку на конкурентні стратегії, які доводиться вибирати суб'єктам ринку.

Перспективи діяльності сільськогосподарського підприємства на певних продуктових сегментах агропродовольчого ринку безпосередньо пов'язані з досягнутим ним рівнем конкурентоспроможності окремих видів його продукції. Як зазначалося, ознакою конкурентоспроможності товару є можливість його реалізації з вигодою для виробника. Підприємство, яке досягло достатньо високих показників економічної ефективності виробництва певного виду продукції, очевидно, володіє певними конкурентними перевагами. Прагнучи повніше реалізувати ці переваги, збільшуючи при цьому свої доходи, воно мало би нарощувати обсяги виробництва відповідної продукції.

Основним критерієм економічної ефективності виробництва окремих видів продукції є рівень їх рентабельності. Наведені в дод. Р

дані свідчать, що середні показники рентабельності переважної більшості основних видів сільськогосподарської продукції в підприємствах України останніми роками були позитивними. Та якщо орієнтуватися на нормативний показник рентабельності (20-25%), який вказує на наявність належних умов для задоволення поточних інтересів і забезпечення подальшого розвитку агровиробників, то прийдемо до висновку, що в переважній більшості сільськогосподарських галузей середньостатистичним підприємствам доволі важко досягти прийнятного рівня конкурентоспроможності своєї продукції.

Для визначення рівня рентабельності продукції тваринництва вважаємо за доцільне враховувати отримувані виробниками дотації (бюджетні та за рахунок податку на додану вартість), які суттєво збільшували їх грошові надходження, переважно були доступними практично для кожного підприємства. Останніми роками сільськогосподарські підприємства отримували певні дотації й для розвитку рослинницьких галузей, однак їх надання не мало системного характеру та не відображалось регулярно в інформації Державної служби статистики України. Тому в наведених у дод. Р показниках рентабельності продукції рослинництва ці дотації не враховані.

Структури підприємницького типу прагнуть досягти якомога ефективнішої комбінації своїх виробничих ресурсів з метою отримання максимального кінцевого фінансового результату. Тому для сільськогосподарських підприємств логічним є згортання збиткових видів продукції та перерозподіл ресурсів на виробництво найбільш рентабельних [270, с. 96]. Звісно, середні в галузі показники рентабельності не відображають успіхів і проблем усіх виробників. Наприклад, у 2011 році середній рівень рентабельності цукрових буряків у сільськогосподарських підприємствах України був доволі високим – 36,5%, однак прибутковим їх виробництво було лише для 66,8% господарств, що вирощували їх для реалізації [184, с. 57]. Та слід врахувати, що чимало виробників, отримуючи сигнали про поліпшення ринкової кон'юнктури, схильні позитивно на них відреагувати, орієнтуючись на так звану колективну мудрість галузі.

У цьому, щоправда, проявляється одна з основних проблем вітчизняного агропродовольчого ринку, який через недосконале регулювання процесів формування попиту й пропозиції характеризується доволі частими різкими кон'юнктурними коливаннями. Схильність сільгоспвиробників чутливо реагувати на різкі сезонні чи кон'юнк-

турні коливання цін на сільськогосподарську продукції американський економіст Грегорі Менк'ю охарактеризував як модель неадекватної поведінки фермерів на аграрному ринку через недосконалу інформацію щодо зміни загального та відносного рівнів цін [120, с. 443]. Звісно, ця модель вступає у протиріччя з реалізацією певної конкурентної стратегії.

Проаналізуємо вплив економічної ефективності виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції на зміни у виробничій програмі сільськогосподарських підприємств. Для цього встановимо залежність між рівнем рентабельності продукції й динамікою параметрів відповідних галузей у підприємствах України (табл. 3.19, 3.20).

Таблиця 3.19

Показники рентабельності й динаміка виробництва основних видів продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах України*

Продукція	Рівень рентабельності, %		Темп зростання посівної площі (площі насаджень у плодоносному віці), %		Темп зростання обсягів виробництва, %	
	середній за 2008-2010 рр.	2010 р.	2011 р. до 2008 р.	2011 р. до 2010 р.	2011 р. до 2008 р.	2011 р. до 2010 р.
Зернові та зернобобові	12,1	13,9	96,9	104,1	105,0	148,5
Насіння соняшнику	48,6	64,7	113,9	105,0	137,8	130,5
Ріпак	34,4	26,6	61,5	96,8	49,9	99,6
Соя	21,8	16,4	200,6	104,2	276,9	133,6
Цукрові буряки	18,9	16,7	147,5	104,4	145,3	135,4
Овочі відкритого ґрунту	19,0	23,5	105,8	118,0	139,0	159,7
Картопля	31,5	62,1	146,6	121,6	172,1	155,8
Плоди та ягоди	12,6	14,8	85,0	97,2	129,4	104,5
Виноград	81,1	91,6	88,8	96,1	119,5	129,7

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах” за відповідні роки та джерела [175].

Основним критерієм реакції виробників продукції рослинництва на тенденції в ринковій кон'юнктурі вважаємо зміну посівних площ відповідних культур, адже на обсяг врожаю помітно впливають природно-кліматичні умови. Окремо виділимо особливості розвитку зернової галузі. Вирощування зернових культур займає провідне місце в економіці більшості сільськогосподарських підприємств. Рівень рентабельності зерна, досягнутий певним підприємством у попередні роки, не має визначального впливу на плани щодо продовження його виробництва. Домінує виробництво зерна й у багатьох невеликих агропідприємствах, зокрема фермерських господарствах, хоча таким виробникам, як було показано в п. 3.1, доволі складно забезпечити високі показники ефективності зернової галузі.

Таблиця 3.20

Показники рентабельності й динаміка виробництва основних видів продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах України*

Продукція	Рівень рентабельності, %		Темп зростання обсягів виробництва, %	
	середній за 2008-2010 рр.	2010 р.	2011 р. до 2008 р.	2011 р. до 2010 р.
Молоко**	27,9	19,6	107,3	101,3
Велика рогата худоба на м'ясо**	- 20,4	- 29,8	74,1	92,6
Свині на м'ясо**	10,1	- 3,8	144,4	119,2
Птиця на м'ясо**	39,0	40,6	127,6	105,1
Яйця	15,2	18,6	138,5	114,5

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах” за відповідні роки та джерела [202].

** З урахуванням дотацій.

Щодо інших основних видів продукції рослинництва, то, судячи з наведених у дод. Р і табл. 3.19 даних, доволі чітко пряма залежність між показниками рентабельності та динамікою посівних площ проявляється у вирощуванні соняшнику, овочів, картоплі. Останніми роками високими темпами розширюється в сільськогосподарських підп-

приємствах виробництво цукрових буряків, сої, хоча показники їх рентабельності не були особливо високими серед основних видів продукції рослинництва. У відповідних галузях помітна тісна залежність намірів виробників від динаміки цін на продукцію: їх зростання передбачало, але не гарантувало отримання високої економічної вигоди. Чинником, що стимулює розвиток буряківництва, є вертикальна інтеграція між цукровими заводами та сільськогосподарськими підприємствами, в рамках якої виробнича програма окремих сільгоспвиробників формується під впливом не тільки очікуваної економічної вигоди, а й інтересів інтеграційного об'єднання загалом.

Незважаючи на доволі високі показники рентабельності ріпаку, плодів і винограду, посівна та плодоносна площа під відповідними культурами останніми роками зменшувалася. У ріпаківництві відбулося певне корегування виробничих програм після надто бурхливого розвитку галузі всередині минулого десятиліття. У плодівництві й виноградарстві це зменшення було компенсоване підвищенням урожайності, й обсяг виробництва відповідної продукції в сільськогосподарських підприємствах України характеризувався тенденцією до збільшення. Розвиток плодівництва й виноградарства здійснювався зазвичай інтенсивним шляхом, а зменшення плодоносних площ відбувалося за рахунок згортання виробництва тими підприємствами, які не зуміли досягти прийнятних показників ефективності.

Завдяки державній підтримці провідні виробники свинини, м'яса птиці та яєць отримували достатньо потужні економічні стимули для розвитку своєї діяльності (див. табл. 3.20). У відповідні галузі надходили інвестиції, які дали змогу помітно збільшити обсяги виробництва продукції. Через хронічну збитковість м'ясного скотарства зменшуються обсяги виробництва яловичини, і така поведінка сільгоспвиробників цілком очікувана. Натомість доволі специфічна ситуація склалася в молочному скотарстві. Незважаючи на загалом прийнятні (з урахуванням державної підтримки) показники економічної ефективності цієї галузі, темпи зростання обсягів виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах залишаються низькими, зберігається тенденція до зменшення поголів'я корів.

Ціновий чинник і досягнутий рівень ефективності виробництва молока, безумовно, впливають на тенденції в молочному скотарстві у сільськогосподарських підприємствах. Однак, як засвідчують результати аналізу (табл. 3.21), їх не варто розглядати як домінуючі для ви-

значення рівня конкурентоспроможності сировинного молока. На перший план виходять технологічні та організаційні чинники.

Таблиця 3.21

Динаміка ефективності та обсягів виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах України

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Рівень рентабельності молока, %**	33,1	18,5	38,5	30,1	15,7	35,7	20,8
Темп зростання закупівельної ціни на молоко до попереднього року, %***	134,9	95,0	155,1	124,3	91,5	155,6	103,5
Темп зростання валового надою молока до попереднього року, %	101,9	95,0	88,8	85,9	107,0	99,1	101,3
Темп зростання упродовж року поголів'я корів, %	91,2	88,2	88,8	92,0	96,8	97,4	99,1

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства” за відповідні роки, джерел [60; 202].

** З урахуванням дотацій.

*** Без ПДВ, але з урахуванням дотацій.

Молочне скотарство є складною в організаційному аспекті галуззю, для стабільного розвитку якої потрібна копітка щоденна праця кваліфікованих фахівців, котрі прагнуть отримувати високу зарплату, налагоджена племінна робота, значні кошти на підтримання в належному стані матеріально-технічної бази. Функціонування молочно-варної ферми вимагає суворого дотримання технологічних вимог елементного виконання операцій, високого рівня організації праці, передбачає позмінну роботу працівників. Далеко не всі підприємства, навіть прибуткові, можуть забезпечити їх дотримання в повному обсязі [276, с. 288].

На тлі загальної тенденції до згортання виробництва було зафіксовано деякий приріст валового надою молока в сільськогосподарських підприємствах, який мав фрагментарний характер. Його спостерігали у 2009 та 2011 роках. Стимулом до нарощування виробництва

стало помітне підвищення цін на молоко в попередні роки. Позитивні зрушення в галузі, що простежуються на прикладах окремих підприємств, забезпечуються за рахунок прогресивних змін у системі організаційних і технологічних чинників. Ці чинники впливають на перебіг процесів й у інших сільськогосподарських галузях, особливо в трудомістких. Відтак вони впливають на формування рівня конкурентоспроможності окремих видів продукції в аграрних підприємствах.

Конкурентне середовище охоплює широку сукупність ринкових чинників. Однією з його характеристик є еластичність попиту на товар. Визначивши особливості прояву цього попиту, товаровиробник зможе сформулювати ефективнішу конкурентну стратегію, спрямовану на досягнення поставлених перед ним цілей. Дослідження еластичності попиту на продовольчі товари дає змогу отримати важливу інформацію про ринкову кон'юнктуру для підприємств харчової промисловості й тих сільськогосподарських виробників, які реалізують свою продукцію у свіжому чи переробленому вигляді безпосередньо кінцевим споживачам. Оскільки попит на сировинну сільськогосподарську продукцію є похідним від попиту на продовольчі товари, аналіз еластичності попиту на останні є актуальним для дослідження конкурентного середовища на основних сегментах ринку сільськогосподарської продукції. За твердженням американських економістів Е. Долана та Д. Ліндсея, “який би аспект аграрної політики ми не розглядали, поняття еластичності відіграватиме в ньому провідну роль” [44, с. 78].

Еластичність математично відображає міру реакції однієї змінної на зміну іншої і є співвідношенням виражених у відсотках відповідних змін. Зокрема, еластичність попиту показує, на скільки відсотків зміниться попит на товар у разі зміни показників тих чинників, що на нього впливають, на один відсоток. Тому для вивчення еластичності попиту необхідно встановити рівень зміни впродовж певного періоду чи за різними групами споживачів обсягу попиту й чинника, дію якого вивчаємо [269, с. 113].

Як правило, досліджують еластичність попиту залежно від зміни доходів споживачів та ціни на товари. Коефіцієнт еластичності попиту на продовольчі товари за доходом (E_Y) відображає зміну поведінки споживачів продовольства в міру зростання їх доходів. Для його визначення пропонується використовувати формулу, виведену на основі методики англійського економіста Р. Аллена:

$$E_Y = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(Y_2 - Y_1) : (Y_1 + Y_2)}, \quad (3.1)$$

де Q_1, Q_2 – обсяг попиту з розрахунку на одну особу в різні періоди чи за різними групами споживачів; Y_1, Y_2 – обсяг доходу на одну особу в різні періоди чи за різними групами споживачів.

Еластичність попиту на окремі види продовольства за ціною (E_P) визначається за формулою:

$$E_P = \frac{(Q_2 - Q_1) : (Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1) : (P_1 + P_2)}, \quad (3.2)$$

де P_1, P_2 – ціна на продовольчий товар у різні періоди.

Традиційно для визначення попиту на продовольчі товари використовують показники середнього рівня їх споживання на душу населення. Джерелом інформації про параметри споживання продовольства є матеріали Державної служби статистики України про вибіркові обстеження домогосподарств. Здійснюючи дослідження, необхідно розрізняти обсяги споживання продуктів харчування і параметри попиту, які відображаються обсягами товарної продукції.

Для визначення еластичності попиту на продовольчі товари доцільно враховувати тільки ту продукцію, яку споживач придбаває. Це пов'язано зі суттю поняття “попит”, який є економічною категорією товарного виробництва і визначається представленою на ринку потребою в товарах. Частина продуктів харчування, спожитих населенням України, виробляється в особистих господарствах і не проходить стадію реалізації, а отже, не має безпосереднього відношення до ринкової конкуренції. Наприклад, у 2011 році на такі продукти харчування припадало 11,0% м'ясопродуктів, 14,2% молочних продуктів, 24,7% яєць, 22,3% овочів, 44,6% картоплі тощо [25, с. 274]. Цю продукцію не враховуємо в розрахунку показників еластичності попиту.

Визначення еластичності попиту на продовольчі товари за доходом на прикладі однієї з основних продовольчих груп – м'яса і м'ясопродуктів – наведено в дод. С. У розрахунках використана інформація в розрізі децильних груп домогосподарств України. Опрацьована інформація, що відображає відмінності в доходах і обсягах споживання продукції з розрахунку на одну особу між суміжними децильними групами. Узагальнюючий коефіцієнт еластичності попиту на м'ясопродукти визначений як середня арифметична зважена з коефіцієнтів за окремими децильними групами. Як ваги виступала

частка населення в цих групах. Окрім того, можна простежити зміни в еластичності попиту в сім'ях з різним рівнем достатку. Якщо в попередні роки зі збільшенням доходів показники еластичності попиту на м'ясо зменшувалися [271, с. 62], то у 2011 році чіткої закономірності їх зміни не простежувалося.

Об'єктивніше особливості поведінки споживачів відображають коефіцієнти еластичності попиту на продовольство за грошовими доходами, адже саме вони безпосередньо визначають їх купівельну спроможність. Загальні доходи домогосподарств, окрім грошових, включають і вартість спожитої продукції власного (натурального) виробництва, від рівня споживання якої, очевидно, залежить і рівень придбання продовольчих товарів [284, с. 98]. Зі зменшенням в обсязі споживання продовольства продукції власного виробництва розбіжність між обома коефіцієнтами зменшуватиметься. У групі м'ясопродуктів вона й зараз не є надто помітною.

Офіційна інформація Державної служби статистики України щодо доходів і витрат домогосподарств не дає змоги нам безпосередньо застосовувати для оцінки еластичності попиту за ціною формулу 3.2. Однак певних висновків щодо особливостей поведінки споживачів на ринках окремих продовольчих товарів можна дійти, визначивши середню ціну 1 кг придбаних продуктів харчування (матеріали обстеження домогосподарств дають змогу розрахувати відповідні показники).

Зокрема, в дод. С наведені показники середньої ціни 1 кг м'ясопродуктів, придбаних споживачами в розрізі децильних груп домогосподарств України. Помітно, що диференціація цін на м'ясні продукти, придбані споживачами з нижчими доходами, є меншою, аніж на продукцію, придбану сім'ями з вищими доходами. Сім'ї з нижчим достатком зі зростанням своїх доходів прагнуть збільшити рівень споживання м'яса, однак намагаються при цьому зекономити на ціні, орієнтуючись на дешевший товар і, очевидно, нижчої якості. Натомість сім'ї з вищим достатком звертають більшу увагу на якісну й ціннішу за споживчими характеристиками продукцію. Ця інформація важлива для тих виробників м'ясопродуктів, які здійснюють пошук зручної для себе конкурентної стратегії.

Коефіцієнти еластичності попиту на основні продовольчі товари за доходами споживачів наведені в табл. 3.22. Вищий коефіцієнт еластичності свідчить про нижчий рівень задоволення потреб споживачів.

чів у відповідному товарі. Привертає увагу тенденція до помітного зменшення останніми роками коефіцієнтів еластичності на практично всі основні види продовольства. Це слід вважати індикатором позитивних змін у вирішенні проблеми продовольчого забезпечення населення нашої країни.

Таблиця 3.22

Коефіцієнти еластичності попиту на основні продовольчі товари за грошовими доходами в Україні*

Продовольчий товар	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
М'ясо і м'ясопродукти (в перерахунку на м'ясо)	1,22	1,37	0,66	0,67	0,66	0,92	0,64
Молоко, молокопродукти та масло (в перерахунку на молоко)	0,77	1,09	0,46	0,51	0,46	0,30	0,50
Яйця	0,54	0,79	0,27	0,33	0,28	0,18	0,24
Хліб і хлібні продукти	0,28	0,36	0,05	0,14	0,11	0,14	0,15
Олія та інші рослинні жири	0,44	0,50	0,20	0,20	0,21	0,21	0,16
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	1,07	1,78	0,75	0,90	0,75	0,62	0,71
Картопля	0,54	0,94	0,30	0,34	0,37	0,35	0,36
Овочі і баштанні	0,73	1,88	0,53	0,54	0,55	0,53	0,47
Цукор	0,55	0,77	0,24	0,24	0,32	0,32	0,30

* Розраховано за даними статистичних збірників "Витрати і ресурси домогосподарств України" за відповідні роки.

Підвищеною еластичністю попиту характеризуються м'ясопродукти, фрукти і ягоди. Зважаючи на те, що фактичний рівень споживання цих продуктів значно менший за раціональні (рекомендовані) норми, варто розраховувати на подальше збільшення попиту на них, а отже, доцільно планувати збільшення обсягів їх виробництва. Особливо перспективною є орієнтація на виробництво відносно дешевої продукції зі стандартними (типовими) характеристиками. Та при цьому слід враховувати конкуренцію з боку дешевого імпорту.

Найнижчий рівень еластичності попиту характерний для хлібопродуктів та олії. Український ринок останніми роками був достатньо

насичений цими товарами, рівень їх споживання перевищував рекомендовані норми. Нарощувати виробництво зерна й соняшникової олії варто, лише орієнтуючись на експорт. Оскільки відповідна продукція відносно однорідна за якістю, перспективною є стратегія мінімізації витрат.

Рівень споживання молочних продуктів і яєць населенням України можна оцінити як недостатній. Водночас коефіцієнти еластичності попиту за доходом на відповідні товари серед інших видів продовольства належать до групи середніх. Це свідчить, з одного боку, про доцільність (для виробників) і необхідність (для суспільства) збільшувати обсяги пропозиції цих товарів на вітчизняному ринку. З іншого боку, споживачі досить прискіпливо оцінюють якість і ціну молочних продуктів та яєць, і цю характеристику конкурентного середовища повинні враховувати виробники.

Середніми за величиною є коефіцієнти еластичності попиту на овочі, картоплю та цукор. Рівень їх споживання населенням України є доволі високим, а щодо картоплі – перевищує раціональну норму. Незважаючи на це, спостерігається тенденція до підвищення ринкового попиту на картоплю та овочі. Річ у тім, що зменшується частка спожитих картоплі й овочів, вироблених в особистих підсобних господарствах – як у динаміці, так і з підвищенням доходів споживачів. Наприклад, у 2011 році частка спожитої картоплі, виробленої в особистому господарстві, зменшилася з 53,6% у першій децильній групі домогосподарств України за рівнем середньодушових загальних доходів до 29,8% у десятій групі, овочів і баштанних – відповідно з 27,5% до 14,6% [25, с. 363]. Кількісне зростання попиту на картоплю й овочі відбувається за рахунок тих груп споживачів, для яких важливим є спосіб придбання та якість продукції. У такому конкурентному середовищі перспективною є стратегія формування зручного для покупця каналу реалізації, виокремлення сільськогосподарськими підприємствами картоплярства й овочівництва в галузі спеціалізації.

Зниження коефіцієнтів еластичності попиту за доходом свідчить про підвищення рівня конкуренції на сегментах ринку, зростання вимог споживачів до якості продовольчих товарів, способів (каналів) їх продажу. Диференціація цін на закуплені товари залежно від доходів споживачів відображає особливості прояву в конкурентному середовищі цінового чинника [271, с. 64].

Досліджуючи конкурентне середовище в аграрному секторі, слід звернути увагу й на процеси внутрігалузової конкуренції між сільськогосподарськими підприємствами й господарствами населення, особливості якої розглядалися раніше. Як зазначалося, упродовж останніх років спостерігається виражена тенденція до збільшення частки підприємств у виробництві сільськогосподарської продукції та зниження частки доходів домогосподарств у сільській місцевості від ведення особистого господарства. Варто додати, що має місце й тенденція до зменшення в обсязі спожитого населенням країни продовольства частки продукції, виробленої в особистому господарстві (дод. Т).

Отже, роль господарств населення в системі аграрного виробництва знижується. Однак не такими однозначними є результати конкуренції між ними та сільськогосподарськими підприємствами на окремих продуктових сегментах агропродовольчого ринку. Проаналізуємо ці результати на основі показників – обсягу реалізації окремих видів продукції та частки реалізованої продукції в загальному обсязі їх виробництва в господарствах населення (табл. 3.23).

Згідно з теорією конкуренції зменшення обсягу реалізації продукції є індикатором невдачі суб'єктів господарювання в конкурентному змаганні. У нашому дослідженні ми розглядаємо не стільки результати функціонування господарств населення, скільки вплив цих результатів на ринкові позиції сільськогосподарських підприємств. З наведених у табл. 3.23 даних помітне суттєве зменшення упродовж останніх років господарствами населення обсягів реалізації основних видів продукції тваринництва. Та якщо зменшення обсягу реалізації яєць господарствами населення компенсувалося збільшенням їх виробництва сільськогосподарськими підприємствами, то помітне зменшення продажу молока і м'яса відбувалося в умовах недостатнього задоволення рівня споживчого попиту на них всередині країни. Це вказує на відносно слабкий конкурентний вплив з боку господарств населення на перспективи функціонування підприємств на відповідних сегментах агропродовольчого ринку.

Інакша ситуація спостерігається на ринках продукції рослинництва. Незаперечним є домінування сільськогосподарських підприємств на ринках продукції вирощування технічних культур (олійних, цукрових буряків тощо). Натомість несподіваними виглядають показники реалізації господарствами населення зерна. Як відомо, останніми роками сільськогосподарські підприємства різко збільшили його

Таблиця 3.23

Реалізація основних видів продукції господарствами населення України*

Продукція		2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
М'ясо та м'ясні продукти	Обсяг реалізації, тис. т	344,1	320,1	371,6	335,4	288,1	273,4	197,1	- 147,0
	до обсягу виробництва, %	34,1	32,4	37,4	36,2	32,6	29,6	21,2	- 12,9
Молоко та мо- лочні продукти	Обсяг реалізації, тис. т	6069,1	5743,8	5768,9	5456,3	4542,7	4466,0	4369,1	- 1700,0
	до обсягу виробництва, %	54,5	53,0	57,2	56,4	48,4	49,4	49,4	- 5,1
Яйця	Обсяг реалізації, млн. шт.	853,5	732,3	758,9	767,1	693,4	627,9	812,9	- 40,6
	до обсягу виробництва, %	13,0	11,1	11,8	11,8	10,4	9,2	11,7	- 1,3
Зерно та продукти його переробки	Обсяг реалізації, тис. т	2872,0	3381,3	2413,9	3263,3	5918,0	3538,6	4031,5	1159,5
	до обсягу виробництва, %	31,1	39,5	37,4	29,1	58,1	37,3	32,2	1,1
Картопля	Обсяг реалізації, тис. т	3458,7	3525,6	3517,6	3684,4	3839,3	3544,8	3830,9	372,2
	до обсягу виробництва, %	18,0	27,5	18,8	19,3	20,1	19,5	16,3	- 1,7
Овочі і баштанні	Обсяг реалізації, тис. т	1614,7	1977,3	1955,5	1885,4	1912,6	1825,2	1940,4	325,7
	до обсягу виробництва, %	23,8	25,8	29,9	25,8	24,6	23,3	21,7	- 2,1
Плоди, ягоди та виноград	Обсяг реалізації, тис. т	409,0	337,1	383,1	403,2	475,0	538,3	455,8	46,8
	до обсягу виробництва, %	24,4	30,0	27,4	28,7	30,4	36,9	28,5	4,1

* Розраховано за даним статистичних збірників "Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України" за відповідні роки.

виробництво. Завдяки цьому повністю задовольняються внутрішні потреби в зерні й значна його частка експортується. Здавалося б, можливості господарств населення реалізовувати вирощене ними зерно повинні зменшитися. Однак наведені в табл. 3.23 дані свідчать про значне збільшення обсягу реалізації цими господарствами зерна і продуктів його переробки.

Доходимо висновку, що ринок зерна і продуктів його переробки характеризується великою місткістю й складною структурою, зокрема наявністю сегментів, на яких свої економічні інтереси можуть задовольняти й господарства населення. Активність господарств населення в окремих нішах вітчизняного ринку зерна й продуктів його переробки збільшує експортний потенціал зернопродуктового підкомплексу України, який формується переважно за рахунок продукції, виробленої підприємствами. Очевидно, певний вплив господарств населення на економічні результати виробництва зерна підприємствами існує, однак негативні (для підприємств) його аспекти пом'якшуються тим, що різні категорії виробників зорієнтовані на різні ринкові ніші. До того ж, як відомо, особисті селянські господарства є одними з важливих споживачів виробленого підприємствами зерна, яке надходить до них у великих обсягах у вигляді плати за оренду земельних і майнових паїв.

Упродовж останніх років спостерігається тенденція до збільшення обсягів реалізації господарствами населення картоплі, овочів, плодів і ягід, яка забезпечується зростанням обсягів їх виробництва. Конкуренція між господарствами населення й сільськогосподарськими підприємствами на ринках відповідних видів продукції проявляється доволі помітно. Переважна більшість відповідної продукції вітчизняного виробництва, що надходить до кінцевих споживачів, вирощується саме в господарствах населення. Зменшення споживання домогосподарствами продуктів рослинного походження власного виробництва супроводжується збільшенням обсягів товарного їх виробництва в інших домогосподарствах – окремих селянських сім'ях. Ці сім'ї часто налаштовані вести доволі активну діяльність на ринках картоплі, овочів, фруктів і ягід, з чим доводиться рахуватися тим сільськогосподарським підприємствам, які прагнуть розширювати свою присутність на цих самих ринках.

Потужним чинником, який впливає на конкурентне середовище на окремих сегментах агропродовольчого ринку, є зовнішньоеконо-

мічна діяльність за участю вітчизняних підприємств. Аграрний сектор нашої країни небезпідставно вважається виробником, здатним відігравати роль експортера агропродовольчої продукції світового значення. Показники експорту окремих видів української продукції вже сьогодні свідчать про високу її здатність конкурувати з іноземними виробниками. Водночас експортні перспективи окремих вітчизняних продуктивних підкомплексів доводиться оцінювати як потенційні. Більше того, очевидну загрозу для конкурентних позицій вітчизняних виробників справляє імпорт окремих видів продовольства. Детальніша інформація про тенденції зовнішньоекономічних операцій з основними видами агропродовольчої продукції в Україні наведена в дод. У.

Саме за результатами зовнішньоекономічних операцій можна дійти висновку про досягнутий рівень конкурентоспроможності окремих продуктивних підкомплексів. Виникає запитання: чи не можна на основі опрацювання цих результатів вивести єдиний узагальнюючий показник, який би відображав рівень цієї конкурентоспроможності? Ми дійшли висновку, що за використання узагальнюючих даних Державної служби статистики варто розмежувати дослідження операцій експорту та імпорту й визначати окремо конкурентоспроможність вітчизняних виробників на зовнішньому та внутрішньому ринках. Значною мірою це пов'язано з відмінностями в асортименті та цільовому призначенні продовольчої продукції в операціях експорту та імпорту [289].

Рівень конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на зовнішніх ринках відображає частка експорту в обсязі її виробництва; додатковим критерієм виступає динаміка обсягів експорту продукції. На основі наведених у дод. У даних варто виділити високий експортний потенціал зернопродуктового та олієпродуктового підкомплексів (складовими останнього є вирощування соняшнику та ріпаку). Скромніші, але доволі вагомні показники експорту молочної продукції, плодів та ягід, яєць, овочів свідчать про потенційну можливість їх виробників розширити присутність на зовнішніх ринках, однак існуючий рівень конкурентоспроможності продукції (у контексті проникнення на ці ринки) ускладнює реалізацію таких планів.

У минулому доволі значна частка вироблюваного в Україні м'яса та цукру реалізовувалася за її межами. Однак сьогодні експортують відносно невеликий обсяг відповідних продуктів. Низький рі-

вень їх конкурентоспроможності на зовнішніх ринках зумовлений насамперед відносною дорожнечою. Періодично виникають претензії до якості української м'ясної продукції, що негативно позначається на обсягах її експорту (ця проблема актуальна й для молочної продукції).

Рівень конкуренції з боку зарубіжних виробників характеризує частка імпорту у фонді споживання відповідних видів продукції. Тенденція до підвищення цього показника свідчить про певне зниження конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників м'яса на внутрішньому ринку. Натомість не слід оцінювати як дуже загрозову частку у фонді споживання імпортованих плодів та олії. Йдеться насамперед про ввіз продукції, яка не виробляється в Україні (окремих видів фруктів, винограду, пальмової й кокосової олії), на яку на внутрішньому ринку існує стійкий високий попит.

Стосовно інших основних видів агропродовольчої продукції, то їх ввіз на територію України, за офіційними даними, не перевищує кількох відсотків у фонді споживання. Таку ситуацію не можна вважати загрозовою для вітчизняних виробників, адже йдеться не стільки про системне заповнення вітчизняного ринку продукцією іноземних виробників, скільки про звичний для світової практики результат зовнішньоекономічних операцій в умовах вільної торгівлі. Більше того, така частка присутності (кілька відсотків) зарубіжних продовольчих товарів на українському ринку відіграє позитивну стимулюючу роль, формуючи відповідне конкурентне середовище.

Для вивчення цього питання проведено соціологічне опитування населення областей Західної України. Респондентам була запропонована анкета (дод. Ф), за допомогою якої встановлена їхня реакція на присутність на внутрішньому ринку продовольчих товарів зарубіжного виробництва. Усього опитано 321 особу, в тому числі 165 міських жителів та 156 – сільських. Респондентами виступили ті члени сімей, котрі найбільшою мірою приймали рішення про характер покупок продовольчих товарів.

Опитуваним запропоновано відзначити, присутність яких саме видів продовольчих товарів зарубіжного виробництва на вітчизняному ринку є помітною. Цілком очікувано 69% респондентів до таких товарів віднесли фрукти. Доволі помітною є, на їх думку, присутність на українському ринку імпортованих м'ясопродуктів (33% опитаних). Помітну присутність овочів зарубіжного виробництва зауважили 21%

респондентів, молочних виробів – 15%, макаронів і круп – 24%. Більшою мірою продукцію зарубіжних виробників зауважили міські, аніж сільські жителі.

Вагоме значення має встановлення причин, що спонукають населення купувати продукцію зарубіжного виробництва. Це дає змогу дійти певних висновків про загрози з боку імпорту для конкурентних позицій вітчизняних виробників. Результати дослідження цього питання в рамках здійсненого нами опитування представлені в табл. 3.24. Оскільки, з одного боку, окремі респонденти відзначили більше, ніж один варіант відповіді, а з іншого – ті респонденти, які не купують чи майже не купують продукції зарубіжного виробництва, однак не ставляться до неї з пересторогою, не відзначили жодного, сума відповідей не збігається з кількістю опитаних.

Варто зазначити, що питання про походження продовольчих товарів викликає високу зацікавленість у населення регіону. Частка респондентів, котрі зазначили, що не звертають уваги на цю обставину, за основними продовольчими групами, окрім макаронів і круп, є доволі низькою. Водночас відносно високою є частка опитаних, які стверджують, що принципово не купують м'ясної та молочної продукції, овочів зарубіжного виробництва. На основі цього доходимо висновку, що позиціонування українських виробників продовольчих товарів як “своїх”, апелювання до патріотичних настроїв споживачів може бути доволі успішним маркетинговим інструментом, здатним забезпечити успіх у конкуренції зі зарубіжними виробниками.

Певну загрозу для конкурентних позицій вітчизняних виробників може становити ефект звикання споживачів до імпортованої продукції. Результати опитування свідчать, що рівень такого звикання за основними продовольчими групами, окрім фруктів, не надто високий. Це узгоджується з інформацією про загалом невисоку присутність на українському продовольчому ринку продукції зарубіжних виробників.

Відсутність достатнього вибору фруктів вітчизняного виробництва відзначили 43,0%, м'яса – 15,0% респондентів, за іншими товарними групами їх питома вага в загальній кількості опитаних значно нижча. Оцінка населенням структури пропозиції фруктів зумовлена не тільки високою присутністю на ринку продуктів, яких не вирощують в Україні, а й недостатньою пропозицією традиційної для нашої країни продукції. На ринках м'яса та фруктів є значні ніші, в яких

Таблиця 3.24

Відповіді респондентів на питання щодо причин купівлі продовольчих товарів зарубіжного виробництва, опитування 2012 року*

Основна причина купівлі	М'ясні продукти		Молочні продукти		Овочі		Фрукти		Макарони, крупи	
	кількість респондентів	до опитаних, %	кількість респондентів	до опитаних, %	кількість респондентів	до опитаних, %	кількість респондентів	до опитаних, %	кількість респондентів	до опитаних, %
Висока якість за доступної ціни	70	21,8	59	18,4	21	6,5	56	17,4	64	19,9
Відносно низька ціна за задовільної якості	89	27,7	37	11,5	53	16,5	28	8,7	49	15,3
Відсутність достатнього вибору продукції вітчизняного виробництва	48	15,0	19	5,9	24	7,5	138	43,0	34	10,6
Звик(ла) до такого продукту	32	10,0	9	2,8	25	7,8	77	24,0	37	11,5
Не звертаю уваги, продукцію яких виробників купую	20	6,2	27	8,4	30	9,3	26	8,1	62	19,3
Принципово не купую продукції зарубіжного виробництва	68	21,2	76	23,7	67	20,9	4	1,2	42	13,1

* Джерело – результати власного опитування

високі шанси на розширення своєї присутності мають як вітчизняні, так і зарубіжні виробники.

Наведені в табл. 3.24 дані свідчать, що переважна більшість споживачів приймають рішення про купівлю товарів зарубіжного виробництва на основі врахування співвідношення між ціною та якістю. Кожен четвертий респондент зазначив, що купує м'ясопродукти зарубіжного виробництва через їх відносну дешевизну. Детальніше питання якості продовольчих товарів розглянемо в наступному розділі.

Не можна оминати увагою питання щодо впливу на конкурентне середовище членства України у Світовій організації торгівлі. Результати зовнішньоекономічних операцій з основними видами продовольства останніми роками свідчать, що, попри певні побоювання, позиції вітчизняних виробників на ключових сегментах внутрішнього агропродовольчого ринку залишаються доволі міцними. Як загалом контрольовану можна охарактеризувати ситуацію й на найпроблемнішому його сегменті – ринку м'яса. Як і передбачалося, позитивний для сільського господарства характер має збільшення масштабів просування в Україну сучасної техніки й технологій [299, с. 503].

Натомість не спостерігаємо принципових якісних зрушень у результатах експорту основних видів продовольства (окрім зерна та олії, де позиції вітчизняних виробників і раніше були особливо міцними). Отже, певне полегшення доступу української агропродовольчої продукції на світові ринки після вступу нашої країни до СОТ не дало помітних позитивних результатів, тобто вказало на відсутність у вітчизняних агровиробників суттєвих системних конкурентних переваг. Розширилося лише поле для їх формування.

Експорт агропродовольчих товарів означає виникнення додаткового попиту на продукцію сільськогосподарських виробників, що стимулює підвищення цін на неї. Тому розширення присутності чи утримання досягнутих позицій на зовнішніх ринках є однією з ключових умов подолання кризи в аграрному секторі. Цю тезу можна проілюструвати прикладами з функціонування молочного і м'ясопродуктового підкомплексів. Незважаючи на доволі низький відносно раціональних норм рівень споживання молока та м'яса населенням України, частина виробленої продукції експортується. Періодичні труднощі з її експортом (переважно через проблеми з якістю) неодноразово використовувалися переробниками як привід для зниження закупівельних цін на сировину.

Якщо не враховувати окремих, здебільшого короткотривалих, нерідко спекулятивних загострень ситуації на українських ринках цукру, гречки, картоплі тощо, внутрішній платоспроможний попит на основні види продовольства зусиллями вітчизняних виробників задовольняється доволі повно. Відтак збільшити попит на сільськогосподарську продукцію можна за рахунок підвищення доходів населення або експорту її надлишків. Реалізація першого варіанта, попри всю його необхідність і безальтернативність, вимагає часу й значних скоординованих зусиль відповідних державних і господарських структур. Другий варіант може бути ефективно використаний для вирішення зазначеної проблеми у значно ближчій перспективі.

РОЗДІЛ 4

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Засади інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств

Методологічне забезпечення конкурентоспроможності підприємства передбачає розробку й реалізацію заходів, результатами яких будуть певні зміни в стані підприємства, характері його господарських показників. Ці заходи за змістом, масштабом, принципами діяльності можуть бути найрізноманітнішими. Значна їх частка підпадає під визначення інновацій, які вважаються основною формою набуття суб'єктами господарювання конкурентних переваг.

Як відомо, термін “інновація” увів у науковий лексикон видатний вчений-економіст Йозеф Шумпетер. У праці “Теорія економічного розвитку” він вживає це поняття для означення нової науково-організаційної комбінації чинників [242, с. 193], спрямованих на отримання нового чи якісно удосконаленого продукту, впровадження нових прогресивних за характером виробничих технологій. Аксиоматичного характеру набула теза вченого про інноваційний процес як рушій розвитку продуктивних сил.

У сучасній літературі можна зустріти різні трактування цієї дефініції, однак здебільшого автори пов'язують інновації з просуванням на ринок нових або удосконалених товарів і застосуванням принципово нових чи удосконалених технологічних процесів, з прогресивними змінами організаційного характеру. Зокрема, в Законі України “Про інноваційну діяльність” термін “інновація” подається як “новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентноздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери” [162].

Опрацювання літературних джерел свідчить про наявність двох підходів до визначення змісту інновації. Одні автори розглядають її як певну дію – процес впровадження нових товарів, технологій, методів організації виробництва, як новий підхід чи зміну діяльності. Інші

ж вбачають сутність інновацій в результаті цього процесу – новому продукті, технологічному рішенні, ідеї, новій споживчій вартості, нагромадженому знанні тощо. Не вважаючи ці розбіжності принциповими в контексті розуміння сутності предмета дослідження, зазначимо, що процес здійснення й отриманий результат є нероздільними елементами інноваційного розвитку й повинні розглядатися як єдине ціле.

Зазначимо також, що термін “інноваційна продукція” доволі чітко прописаний законодавчо [162], а інноваційний процес вітчизняні економісти трактують як сукупність (комплекс) етапів, стадій, дій, пов’язаних із реалізацією інновацій – від виникнення ідей до конкретного продукту та його поширення (практичного використання) [68, с. 127; 115, с. 13; 142, с. 9]. Отож, методологія забезпечення (зміцнення) конкурентоспроможності підприємства передбачає здійснення певного алгоритму дій, пов’язаних із доведенням до практичного втілення інноваційного продукту.

Принциповою ознакою інноваційного процесу є його тісний зв’язок із науковими дослідженнями. Зокрема, інноваційний продукт офіційно трактують як результат науково-дослідної чи дослідно-конструкторської розробки [162], а інноваційну діяльність зазвичай розглядають як комплекс заходів, в основі яких лежить трансформація результатів уже завершених наукових досліджень і розробок чи інших науково-технічних досягнень [63, с. 9]. Важливим, однак, є уточнення, що процес набуде характеру інноваційного, якщо він забезпечить позитивний результат, втілений тим чи іншим способом у підвищення конкурентоспроможності підприємства. Завершитися інноваційний процес повинен отриманим від комерційного застосування новації економічним ефектом.

Суттєвим для розуміння сутності інноваційного процесу та методології його здійснення є питання про мінімальний рівень новизни для зарахування певної зміни до категорії “інновація”. У роз’ясненнях Державної служби статистики України з цього приводу зазначено: мінімальним його рівнем є визначення “нове для підприємства (організації). Продукт вже може використовуватись (виготовляється) на інших підприємствах (організаціях), але якщо він є новим або істотно поліпшеним для даного підприємства (організації), то така зміна розглядається для нього як інновація” [121, с. 279]. Отже, інновація не обов’язково відображає принципово новий для господарської

практики результат. Вона може давно й з успіхом використовуватися іншими суб'єктами галузі. Водночас, класифікуючи інновації за рівнем їх новизни, традиційно виділяють й інші її види – нове для сегменту ринку, нове для галузі в країні, нове у світовій практиці.

Слід критично ставитися до поширення визначення інновації в категорії “нове для підприємства” на виробництво агропідприємством нового виду сільськогосподарської продукції. Такий процес підпадає під визначення “диверсифікація виробництва” і може вважатися інноваційним лише в тому разі, якщо передбачатиме впровадження на практиці результату наукового дослідження.

Сутність інновацій та особливості їх практичного застосування можна передати за допомогою класифікації різних їх видів. Як явище інновації характеризуються багатогранністю прояву, різноманітністю сфер і способів застосування. У науковій літературі наводиться велика кількість їх класифікацій, причому, на думку окремих дослідників, вони не завжди обґрунтовані й іноді досить суперечливі [68, с. 114].

Найбільш загальним класифікаційним підходом є поділ інновацій за змістом на виробничо-технологічні й організаційно-економічні (рис. 4.1). Виробничо-технологічні інновації знаходять відображення у нових чи удосконалених видах продукції (продуктові) та удосконаленні технологій як засобів і способів здійснення виробничих процесів (процесові). Саме у виробничо-технологічних інноваціях наочно втілюються досягнення науково-технічного прогресу й відображається розвиток матеріальних систем.

Водночас, розвиток підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності неможливі без удосконалень організаційного характеру. Блок організаційних інновацій доволі різноманітний і спрямований на оптимізацію широкого спектра процесів у діяльності підприємства. До них, зокрема, належить сукупність управлінських інновацій. Вони спрямовані на оптимізацію організаційної структури підприємства через реорганізацію існуючих, створення нових та ліквідацію окремих застарілих підрозділів і служб, удосконалення методів прийняття управлінських рішень, підвищення контролю за ходом і результатами виробничих процесів, раціоналізацію діловодства та ін.

Маркетингові інновації спрямовані на адаптацію діяльності підприємства до вимог ринку. Вони передбачають освоєння підприємством нових ринкових ніш, удосконалення його цінової політики, розвиток відносин із постачальниками ресурсів і покупцями тощо.

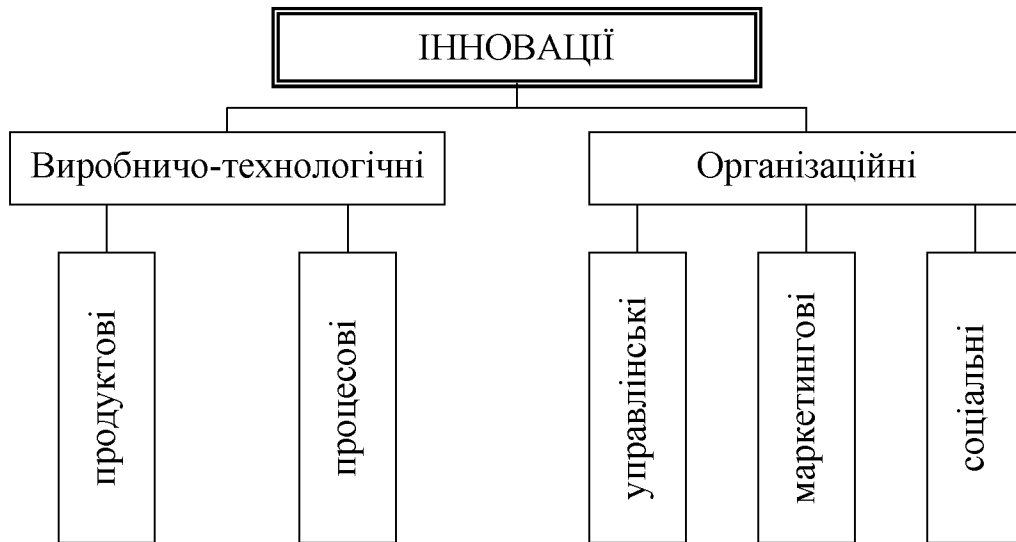


Рис. 4.1. Класифікація інновацій у діяльності підприємства за їх змістом.*

*Власні узагальнення на основі опрацювання джерел [63; 68; 69; 90; 121].

Вважаємо за доцільне виділити сукупність соціальних інновацій, безпосередньо пов'язаних із використанням ключового елемента ресурсного потенціалу будь-якого підприємства – трудових ресурсів. Зміцнення конкурентоспроможності підприємства набуде стійкого і системного характеру, якщо належна увага приділятиметься удосконаленню системи матеріального стимулювання, поліпшенню умов праці, психологічного клімату в колективі, створенню умов для кар'єрного росту працівників. На жаль, у вітчизняній практиці соціальним інноваціям не приділяється належна увага, однак вони покладені в основу стратегій, що з успіхом використовуються у світовій практиці багатьма успішними підприємницькими структурами.

Нерідко в науковій літературі визначення інновацій пов'язується з діяльністю промислових підприємств. Органи статистики, фіксуючи інформацію про інноваційну діяльність останніх, сьогодні не охоплюють аналогічним обстеженням виробників сільськогосподарської продукції. З урахуванням цього деякі автори вважають за доцільне ввести в обіг окрему категорію – аграрні інновації (агроінновації) [45, с. 20; 147; 152, с. 238 та ін].

Безсумнівно, інноваційні процеси є невід'ємною складовою розвитку сільського господарства, а оскільки останнє належить до базових галузей економіки, методологічному забезпеченню цих процесів повинна приділятися належна увага. У цьому контексті вкажемо на

особливості інноваційних процесів у сільському господарстві. Найпринциповіші з них такі:

1. Інновації в галузі відносно невеликою мірою стосуються створення нових чи суттєво удосконалених продуктів. Переважно вони стосуються удосконалення технології виробництва вже існуючих видів рослинницької і тваринницької продукції, результатом чого є їх здешевлення, поліпшення якості (є процесовими за наведеною класифікацією). Поширення нових сортів сільськогосподарських культур і порід тварин можна вважати інновацією продуктового характеру лише в тому випадку, якщо отримувана продукція характеризуватиметься якісно новими ознаками, що їх здатний виділити серед інших зразків представленої на ринку продукції й оцінити належним чином споживач (покупець) цієї продукції.

2. Інноваційна продукція, отримана в сільському господарстві, доволі рідко ідентифікується з виробником, що пропонує її, використовуючи власну торгову марку, нову назву товару. Це пов'язано з характеристикою сільськогосподарської продукції як товару з уніфікованими характеристиками та специфікою ринків цієї продукції, де гуртові покупці не схильні особливо виділяти конкретного виробника. З цих же причин серед інновацій в сільському господарстві відносно нечасто зустрічаються маркетингові.

3. Інноваційна діяльність у середовищі сільськогосподарських підприємств повинна враховувати обмеження, пов'язані з технологічними особливостями галузі. Якщо промисловим підприємствам у процесі цієї діяльності рекомендують відмовлятися від випуску видів продукції, що є неконкурентоспроможною, не знаходить вигідного збуту [115, с. 142], то сільськогосподарським виробникам доводиться орієнтуватися на дотримання певних рекомендованих пропорцій у структурі посівів. Бажаним є гармонійне поєднання в їх діяльності розвитку рослинницьких і тваринницьких галузей, зорієнтоване на раціональне використання земельних ресурсів.

4. Склад сільськогосподарських виробників як суб'єктів, зацікавлених в інноваціях, дуже неоднорідний за розмірами, спеціалізацією, станом матеріально-технічної бази, кадровим забезпеченням. Агровиробники діють у різних природно кліматичних умовах, які впливають на технології виробництва продукції. Наслідком є необхідність адаптації інновацій до конкретного виробника та умов його функціонування, що обумовлює їх індивідуалізацію. Ця обставина впливає на

формування системи поширення інновацій, зокрема вибір, отримання й використання на практиці певного нововведення.

5. На процесі поширення інновацій в сільському господарстві позначається відсутність (чи доволі незначний прояв) персоніфікованого суперництва між виробниками. Якщо в багатьох галузях, за твердженням В. Точиліна, “жорстка конкурентна боротьба часто змушує приховувати найперспективніші відкриття, гальмує поширення досягнень науки і техніки” [197, с. 45], то в сільському господарстві пропаганда передового виробничого досвіду, новітніх рішень, зокрема технологічних, є доволі поширеним явищем. У галузях, де внутрішня конкуренція має олігополістичний характер, значний обсяг науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, результатом яких є інноваційна продукція, здійснюється безпосередньо виробниками – великими підприємствами, у складі яких сформовані спеціалізовані підрозділи відповідного профілю. У вітчизняному сільському господарстві виконання таких робіт недержавними підприємствами є рідкістю.

На основі наведеної (див. рис. 4.1) класифікації інновацій за їх змістом, розглянемо характер заходів, що відображають основні інноваційні процеси в діяльності сільськогосподарських підприємств (табл. 4.1).

Як уже зазначено, продуктові інновації безпосередньо в сільськогосподарському виробництві зустрічаються нечасто. Водночас не можна стверджувати, що зовсім не спостерігаємо зміни в асортименті сільськогосподарської продукції та її цільовому використанні. Найзначущіші з продуктових інновацій, що набули останніми роками поширення в діяльності вітчизняних агропідприємств, пов’язані з виробництвом органічної продукції, вирощуванням групи так званих енергетичних культур, серед яких виділяється ріпак. Не можемо оминути увагою використання генетично модифікованих організмів, яке, попри дискусії й перестороги, набуває поширення у світовій практиці, але, очевидно, потребує подальшого вивчення наслідків цього процесу.

У контексті досліджуваного питання звернемо увагу на вирощування сільськогосподарськими підприємствами України ріпаку. Упродовж останнього десятиліття валові збори насіння цієї культури зросли в кілька разів. Оскільки йдеться про вирощування добре відомої культури, відповідний процес підпадає під визначення

Таблиця 4.1

Впровадження інновацій у діяльності сільськогосподарських підприємств *

Група інновацій	Ціль	Зміст	Ефект
1	2	3	4
Продуктові	Виробництво продуктів із принципово новими характеристиками	Розвиток органічного сільськогосподарського виробництва. Використання генетично модифікованих організмів.	Збільшення доходів на основі задоволення нового ринкового попиту.
	Виробництво продуктів для нового цільового використання	Вирощування енергетичних сільськогосподарських культур.	
Процесові	Удосконалення технологій виробництва продукції	Придбання й використання сучасних засобів виробництва. Оптимізація системи удобрення, використання сучасних хімічних засобів захисту рослин, умов утримання й годівлі тварин.	Зростання обсягу виробництва й реалізації продукції на основі підвищення урожайності культур і продуктивності тварин, зниження собівартості продукції.
	Поліпшення якості сільськогосподарської продукції	Проведення селекційної і племінної роботи. Удосконалення технології збирання і зберігання сільськогосподарської продукції.	
Маркетингові	Освоєння нових ринкових ніш	Удосконалення збутової діяльності на основі ефективнішого використання існуючих й участі у формуванні нових елементів ринкової інфраструктури, розвиток логістичної діяльності	Збільшення доходів і прибутків за рахунок зростання обсягів реалізації продукції.
	Удосконалення системи ціноутворення	Розвиток вертикальних і горизонтальних зв'язків із партнерами по галузі та бізнесу, що поліпшить умови придбання ресурсів і реалізації продукції.	Збільшення доходів і прибутків за рахунок цінового чинника.

Продовження табл. 4.1

1	2	3	4
Управлінські	Оптимізація організаційної структури підприємств	Створення нових виробничих підрозділів, зокрема тваринницьких і пов'язаних зі збільшенням площі землекористування підприємства, диверсифікацією виробництва. Реорганізація чи ліквідація неефективних підрозділів і служб.	Повніше використання потенційних можливостей (резервів) розвитку підприємства. Оптимізація витрат, зокрема уникнення невіправданих затрат.
	Удосконалення системи менеджменту	Оптимізація складу управлінського апарату та принципів його діяльності, підвищення кваліфікації спеціалістів підприємства.	
	Розвиток системи обліку і контролю	Удосконалення облікової роботи. Розвиток системи інформаційного забезпечення діяльності підприємства. Активізація контролюючих заходів.	
Мотиваційні	Розвиток системи матеріальних стимулів для працівників підприємства	Удосконалення системи оплати праці та матеріального стимулювання. Участь підприємства у вирішенні соціальних проблем села.	Підвищення продуктивності праці, забезпечення високих якісних показників трудових процесів.
	Поліпшення умов праці	Реалізація системи заходів, спрямованих на поліпшення санітарно-гігієнічних, психофізіологічних та естетичних умов праці.	

* Власне опрацювання автора

“диверсифікація виробництва”. Водночас вважаємо за можливе охарактеризувати його і як продуктову інновацію в категорії “нове для підприємства”. Практика свідчить, що чимало сільськогосподарських підприємств, не маючи досвіду й техніко-технологічних умов для вирощування цієї культури, здійснюючи перші спроби розвитку ріпаківництва, отримали доволі низькі результати. Прогрес у цій галузі досягнутий насамперед за рахунок діяльності великих підприємств, у яких здійснені значні інвестиції в сучасну потужну техніку, застосовуються новітні технології вирощування ріпаку. Помітне підвищення ролі ріпаківництва в системі аграрного виробництва України виступає доволі вдалим прикладом поєднання продуктових і процесових інновацій.

Одним з основних індикаторів технологічного відставання вітчизняного сільського господарства від результатів галузі в розвинутих країнах світу є значний розрив у показниках урожайності культур і продуктивності тварин. Цей розрив зменшується, що значною мірою пов’язано із застосуванням українськими сільськогосподарськими підприємствами процесових інновацій. Водночас він залишається настільки помітним, що застосування інновацій техніко-технологічного характеру з рівнем новизни “нове для підприємства” ще тривалий час займатиме ключове місце серед стратегій зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних агровиробників [282, с. 82].

Сучасне аграрне виробництво ускладнюється не тільки технологічно, а й організаційно. Зростають вимоги до системи менеджменту підприємства, інформаційного забезпечення та юридичного обслуговування його господарської діяльності. Інновації організаційного характеру стають особливо актуальними в контексті розширення інвестування аграрного сектора економіки. Вітчизняна наука пропонує найрізноманітніші напрацювання, використання яких дасть змогу удосконалити систему управління сільськогосподарськими підприємствами, розвинути їх маркетингову діяльність, врахувати соціальні чинники їх функціонування. Окреслимо найактуальніші проблеми, на вирішення яких повинні бути спрямовані організаційні інновації в діяльності сільськогосподарських підприємств.

1. Зміни в розмірах потужних сільськогосподарських підприємств унаслідок збільшення площі їх землекористування призводять до створення нових підрозділів, філіалів. Система управління підприємствами, що динамічно розвиваються, потребує оптимізації, удоско-

налення комунікаційних зв'язків між окремими підрозділами, обґрунтування розміщення в них окремих видів діяльності.

2. Структурні зміни в діяльності сільськогосподарських підприємств супроводжуються стрімкою деградацією однієї з основних галузей – скотарства. Відродження ферм великої рогатої худоби в підприємствах вимагає не тільки інвестицій у матеріальну базу галузі, а й спроможності суб'єкта господарювання забезпечити організаційні умови для їх ефективного функціонування.

3. Рівень розвитку інфраструктури агропродовольчого ринку залишається недостатнім. Діючі на ринку посередницькі структури, принципи просування сільськогосподарської продукції існуючими каналами її збуту недостатньо враховують інтереси агровиробників. Останнім доводиться брати безпосередню участь у розвитку окремих елементів і ланок ринкової інфраструктури. Актуальною проблемою залишається удосконалення відносин сільгоспвиробників з переробним підприємствами.

4. Переважна більшість невеликих сільськогосподарських підприємств неспроможна ефективно протистояти викликам існуючого економічного середовища. Вирішення низки проблем ресурсного забезпечення та оптимізації господарських процесів можливе на основі розвитку за участю агровиробників різних форм кооперації.

5. Рівень оплати та умови праці в сільськогосподарських підприємствах залишаються переважно малопривабливими для найманих працівників. Якщо останні й змушені погоджуватися на них через відсутність альтернативних робочих місць, то наслідками низької мотивації їх праці є значні втрати в кількості, якості й собівартості продукції підприємства. Без новачійних підходів до вирішення цієї проблеми неможливе забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

6. Сільськогосподарським підприємствам доводиться брати певну участь у вирішенні соціальних проблем села. Звісно, це, як правило, не належить до їх статутних обов'язків. Та зважаючи на процеси в системі відносин оренди земельних паїв, парадигму вирішення соціальних проблем сільських територій, така діяльність сприймається як невід'ємна складова функціонування агропідприємств, особливо потужних, які реалізують стратегії стрімкого розвитку.

Окреслені напрями інноваційного розвитку системи аграрного виробництва передбачають реалізацію певних заходів на рівні сільсь-

когосподарських підприємств. Водночас діяльність окремих сільськогосподарських товаровиробників залежатиме від рішень, що будуть прийняті на рівні управління галузями, національною економікою. Ці рішення повинні опиратися на глибоке осмислення процесів, що відбуваються в економіці, мати системний, обґрунтований характер, тобто вони повністю підпадають під визначення організаційних інновацій як продукту наукових досліджень і зазвичай стосуються удосконалення системи державного управління агропромисловим комплексом.

Методологія зміцнення конкурентоспроможності підприємства вимагає від його менеджменту прийняття рішень щодо змісту інновацій, які будуть покладені в основу відповідної стратегії розвитку. Звісно, найоптимальнішим буде комплексний підхід до забезпечення інноваційного розвитку підприємства, в рамках якого відповідні заходи охоплюватимуть різні сфери й напрями його діяльності. Особлива увага повинна бути приділена раціональному поєднанню виробничо-технологічних та організаційних інновацій. Водночас слід враховувати обмеженість ресурсного забезпечення інноваційного розвитку. Тому актуальною проблемою залишається обґрунтування напрямів інноваційного процесу, його конкретного наповнення, що забезпечить найвідчутніший ефект.

Прийняття рішення щодо напрямку й характеру інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства повинно узгоджуватися з обраною стратегією зміцнення його конкурентоспроможності. Основні типи таких стратегій, що можуть бути реалізовані підприємствами галузі, наведені у другому розділі монографії. Як зазначено, ці стратегії визначають сферу, в якій повинна бути сформульована певна конкурентна перевага, та спосіб її формування. Вибираючи конкурентну стратегію, підприємство ідентифікує певну проблему, яка ускладнює його функціонування й розвиток та визначає засоби її вирішення. До таких засобів і належать інновації, практичне впровадження яких можна трактувати як реалізацію певного інноваційного проекту.

Процес прийняття рішення щодо інновації, яку застосовуватиме сільськогосподарське підприємство (планування інноваційної діяльності), охоплює кілька етапів:

- ідентифікація проблеми, яку необхідно вирішити в процесі реалізації конкурентної стратегії;

- збір інформації про нововведення (новації), які спроможні вирішити існуючу проблему;
- визначення інноваційного способу вирішення проблеми;
- вибір конкретного інноваційного рішення, що може бути застосоване підприємством, виходячи з його стану та ресурсних можливостей;
- обґрунтування інноваційного рішення у формі інноваційного проекту.

Зазначений перелік етапів відображає основні дії, які необхідно здійснити у процесі планування інноваційної діяльності підприємства. Алгоритм прийняття відповідного управлінського рішення ми розглядаємо як складніший процес. Плануючи інноваційний розвиток підприємства, слід здійснити вибір: інноваційного способу реалізації конкурентної стратегії, інноваційного рішення, розробити й затвердити конкретний інноваційний проект (рис. 4.2). Збір інформації про потенційні новації найактивніше здійснюється на початкових етапах розглядуваного процесу, але в ідеалі він повинен мати перманентний характер.

Визначення інноваційного способу реалізації певної конкурентної стратегії передбачає прийняття концептуального рішення щодо типу інновації чи сукупності інновацій, які намагатиметься реалізувати підприємство. Прикладом його є висновок про необхідність удосконалення на інноваційній основі технології виробництва певного виду сільськогосподарської продукції. Ця процесова інновація може бути доповнена маркетинговою, реалізація якої передбачає вихід на нові ринкові ніші. Однак сам інноваційний спосіб не містить деталі, які формують зміст інноваційного рішення.

Перехід від вибраного інноваційного способу до певного інноваційного рішення передбачає врахування здатності підприємства долати певні ресурсні обмеження, які неминуче виникають у процесі підготовки будь-якого проекту. Найсуттєвішими, як правило, є фінансові обмеження. Здійснюючи пошук способів їх подолання, визначають джерела фінансування інвестиційного процесу. Серед ресурсних обмежень виділимо й пов'язані з менеджерською діяльністю: впровадження інновацій вимагає здатності управлінського персоналу (кваліфікаційної, психологічної, фінансової) реалізувати відповідні проекти. Орієнтуючись на комплексний характер інноваційного розвитку підприємства, слід враховувати, що його менеджмент може за-

безпечити якісне управління лише обмеженою кількістю проектів [63, с. 165]. Звертають увагу й на характеристики трудових ресурсів, матеріально-технічної бази підприємства тощо.

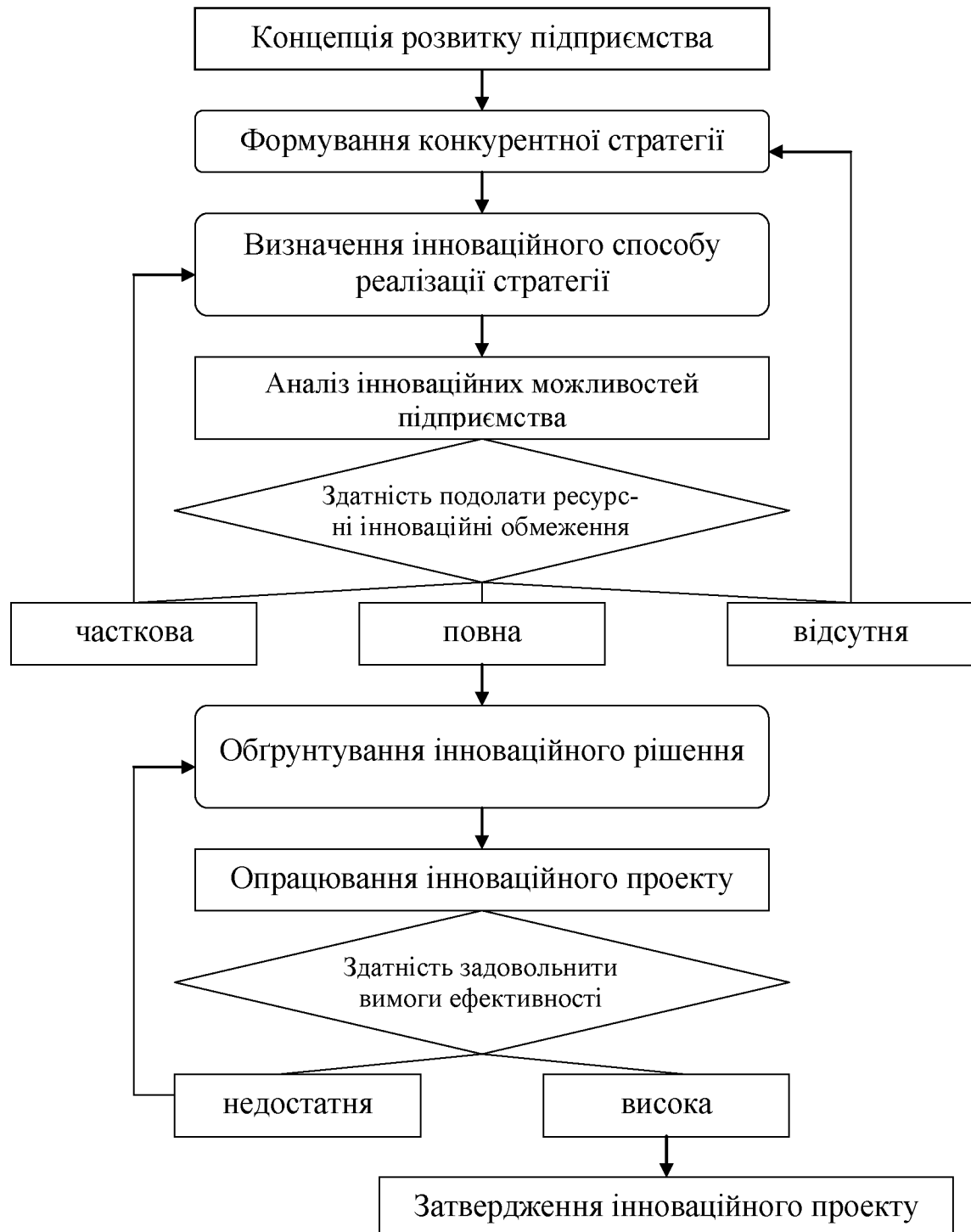


Рис. 4.2. Алгоритм обґрунтування інноваційної діяльності підприємства [282, с. 84].

У процесі дослідження встановлюється здатність підприємства подолати ресурсні обмеження. Якщо така здатність буде оцінена як дуже низька (відсутня), доведеться переглянути саму конкурентну стратегію. Ймовірно є ситуація, коли буде зроблено висновок про часткову можливість вирішення проблем ресурсного забезпечення. Тоді слід внести зміни в інноваційний спосіб реалізації конкурентної стратегії: відмовитися від окремих доповняльних інновацій, спростити технологічні вимоги до інноваційної продукції тощо.

Перегляд інноваційного способу, вибір альтернативного його варіанта для агропідприємства не повинен спричинювати значні труднощі, враховуючи велику кількість варіацій виробничої програми підприємства, технологій виробництва сільськогосподарської продукції, способів просування її на ринки тощо. Система аграрного виробництва вирізняється багатоманітністю й гнучкістю в практичному застосуванні тих чи інших управлінських рішень.

Якщо здатність підприємства подолати ресурсні обмеження в процесі його інноваційної діяльності оцінюється як висока, інноваційне рішення вважаємо прийнятним і переходимо до опрацювання інноваційного проекту, який в кінцевому підсумку повинен набути вигляду конкретного інвестиційного проекту. На цьому етапі визначається економічна ефективність проекту. Встановлюється відповідність показників його ефективності запитам менеджменту підприємства. До уваги беруться й часові параметри – проект повинен забезпечити позитивні для підприємства результати в прийнятні терміни; інновація повинна забезпечити конкурентну перевагу на тривалий період.

Якщо доходять висновку про недостатній рівень економічної ефективності інвестиційного проекту, у формі якого впроваджуватиметься інновація, слід переглянути й уточнити інноваційне рішення. Йдеться про внесення змін у такі параметри, як обсяг капітальних вкладень, розмір поточних витрат, обсяги виробництва й реалізації продукції, її споживчі характеристики та ін. Здебільшого сільськогосподарське підприємство має змогу змінювати відповідні параметри, виходячи з представленої на ринку пропозиції товарів – основних засобів і матеріальних оборотних ресурсів, уточнюючи окремі елементи технології виробництва.

Отже, алгоритм, який відображає процес планування інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства, містить елемен-

ти циклічності, які передбачають повернення до попередньо ухвалених рішень та їх перегляд. Особливості організації сільськогосподарського виробництва дають змогу застосовувати ці елементи доволі широко. Кінцевим результатом процесу обґрунтування інноваційної діяльності підприємства є затвердження інвестиційного проекту, який детально описує спосіб впровадження інновації.

Підготовка такого проекту, як свідчить практика, потребує значних зусиль і належної кваліфікації виконавців. Звичайно, обсяг відповідних робіт залежить від складності й масштабу самого проекту. Здебільшого в його розробці повинні брати участь усі провідні фахівці підприємства, передбачається залучення до цього процесу зовнішніх консультантів.

Процедура розробки інвестиційного проекту доволі детально опрацьована у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі, викладається у вищих навчальних закладах у вигляді окремих дисциплін. Вивчення відповідного матеріалу дало нам змогу дійти висновку, що особливості системи аграрного виробництва та впровадження інновацій у сільському господарстві не позначаються на основних принципах розробки для галузі інвестиційних проектів інноваційного типу. До цих принципів, зокрема, належать: складання грошового потоку, в якому враховуються видатки й доходи від реалізації проекту упродовж певного періоду; визначення низки показників економічної ефективності проекту; врахування під час розробки проекту технологічних, соціальних, екологічних та інших умов, інституційних елементів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Критеріями економічної ефективності інноваційних проектів пропонується вважати: чисту приведену вартість, внутрішню норму рентабельності (прибутковості), рентабельність інвестицій, термін окупності та деякі інші [69, с. 289-294; 87, с. 122-123; 99, с. 118; 115, с. 288-190]. Визначення цих показників передбачає здійснення процедури дисконтування, адже вважається, що життєвий цикл відповідного проекту триватиме принаймні кілька років.

Серед найактуальніших – питання про розмір ставки дисконтування, яку пропонується застосовувати для розробки інвестиційних проектів в аграрному секторі економіки. Одним з основних чинників, який впливає на значення цього показника, є рівень ризиків проекту. Урахування таких ризиків прийнято здійснювати через підвищення ставки дисконтування, що призводить до заниження розрахункових

показників ефективності проекту. У результаті отримуємо висновок про недостатню економічну мотивацію запровадження інновацій.

У класичному трактуванні, ризик – це міра невпевненості в одержанні запланованого (бажаного) результату. Теза про високий рівень ризикованості агроінновацій є доволі поширеною. Дослідник історії сільського господарства Дж. Федеріко взагалі вважає їх найризикованішими порівняно з іншими галузями економіки [297, с. 103]. З урахуванням цього Г. Мазнєв ставить під сумнів обґрунтованість застосування у вітчизняній практиці ведення аграрного бізнесу згаданих показників економічної ефективності проектів [99, с. 120].

В економічній літературі наводиться розгорнута класифікація ризиків, що супроводжують впровадження інновацій [63, с. 201-202; 90, с. 92 та ін]. Основні їх види можна згрупувати в такі блоки:

- ризики економічного характеру, пов'язані з імовірною зміною поточної економічної ситуації, ринкової кон'юнктури, змінами в режимі зовнішньоекономічної діяльності тощо;

- ризики, пов'язані з невизначеністю політичної ситуації в країні (політичні ризики), які відображають імовірність змін правового поля чи авторитарних рішень представників влади, що можуть вплинути на умови отримання й використання прибутку;

- ризики природного характеру, пов'язані з імовірністю різкого погіршення погодних умов, стихійних лих;

- виробничо-технічні ризики, пов'язані з імовірністю аварій, виробничого браку, проблемами з використанням обладнання тощо.

Зазначені ризики впливають на систему ведення бізнесу загалом, а не тільки на інноваційні процеси. Тому доповнити їх перелік пропонується специфічним для цих процесів ризиком, який проявляється у відсутності досвіду реакції ринку на інновацію [199, с. 5].

Досліджуючи питання про методику оцінки економічних результатів впровадження інновацій у сільському господарстві, ми дійшли висновку, що тезу про високий рівень ризикованості агроінновацій можна спростувати. Дійсно, умови ведення аграрного бізнесу є складними, але ризики економічного й політичного характеру впливають на розвиток усіх галузей економіки. Вони вже враховані у розмірі плати за комерційні кредити, у депозитних банківських ставках, які пропонується використовувати як коефіцієнти дисконтування грошових коштів інвестиційних проектів. Більше того, процеси останніх років засвідчили, що вітчизняне сільське господарство під

час фінансово-економічної кризи в цьому плані вигідно виділяється на тлі інших галузей [256, с. 422]. Не слід, вважаємо, надмірно політизувати питання про наслідки запровадження в Україні ринкових операцій з угіддями сільськогосподарського призначення.

Ризики виробничо-технічного характеру пов'язані, як правило, зі суб'єктивними чинниками, і ми не схильні вважати їх прояв у сільському господарстві значно сильнішим, ніж в інших галузях економіки.

Як відомо, сільське господарство особливо чутливо реагує на нестабільність погодних умов, й існування ризиків природного характеру не викликає дискусій. Однак, по-перше, ймовірність втрат через такі ризики можна прорахувати й закласти в грошовий потік інвестиційного проекту. Відомо, що в Україні з кожних п'яти років у середньому два підпадають під визначення несприятливих за погодними умовами для сільськогосподарського виробництва. Статистичні методи дають змогу оцінити ймовірну варіацію урожайності сільськогосподарських культур. Досвід передових агропідприємств Західної України, які застосовують новітні технології вирощування озимого ріпаку, свідчить, що цілком реальним є отримання урожайності цієї культури на рівні 30-35 ц/га і більше. Однак зарубіжні компанії, які інвестують кошти у виробництво ріпаку в Україні, закладають у свої бізнес-плани середній рівень урожайності насіння ріпаку у 25 ц/га.

По-друге, проблему ризиків втрат урожаю через несприятливі погодні умови можна вирішити за допомогою страхування. Проблеми системи аграрного страхування в нашій країні, у тому числі через небажання сільгоспвиробників укладати страхову угоду, є загальновідомими. Однак вони лежать у зовсім іншій площині й не повинні впливати на оцінку результатів інновацій у сільському господарстві.

По-третє, саме за рахунок сучасних агротехнологій можна знизити залежність технологічної ефективності сільськогосподарського виробництва від несприятливих погодних умов. З іншого боку, зменшення пропозиції сільськогосподарської продукції призводить до підвищення закупівельних цін на неї, що дає змогу певною мірою компенсувати втрати через погодні чинники. Більше того, як відомо, аграрії можуть зазнати значно більших економічних втрат саме через перевиробництво окремих видів продукції рослинництва, аніж тоді, коли через складні погодні умови збирають менші врожаї.

Не піддаючи сумніву тезу про існування в економічній практиці специфічних ризиків, пов'язаних із невпевненістю в реакції ринку на інноваційну продукцію, зазначимо, що в аграрному секторі вплив таких ризиків доволі низький. Цей інноваційний ризик стосується насамперед продуктових інновацій, які, як зазначено, в сільському господарстві є рідкістю.

Отож, плануючи інноваційну діяльність сільськогосподарського підприємства, у визначенні економічних наслідків запровадження інновацій не слід акцентувати надмірну увагу на високій ризикованості цього процесу [256, с. 423]. Доволі високі для всіх галузей вітчизняної економіки ризики закладені у коефіцієнтах дисконтування, які пропонується брати на рівні депозитної банківської ставки чи відсотків за кредити. Оскільки проблему ризиків цілком ігнорувати не можна, пропонуємо визначати зважені показники економічних результатів застосування інновацій, які б враховували ймовірність настання кращих і гірших для підприємства наслідків.

Необхідність інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств не викликає жодних сумнівів. Водночас масштаби поширення відповідних процесів у галузі далекі від бажаних. Такий висновок випливає з динаміки основних показників технологічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, собівартості їх продукції. Далеко не всі види інновацій, що могли би бути корисними для агровиробників, привертають їх увагу. Показовими в цьому плані є отримані В. Лавруком результати дослідження інноваційних процесів у сільськогосподарських підприємствах Хмельницької області. За даними вченого, у 2009 році інноваційною діяльністю займалися всього 17% сільськогосподарських підприємств. Серед них понад 80% здійснювали цю діяльність у формі придбання основних засобів і лише 11% вкладали кошти у придбання нових технологій [90, с. 329].

Очевидно, така ситуація характерна для сільського господарства країни загалом і пояснити її можна низкою причин. Серед них, звісно, виділяється брак фінансових ресурсів. Водночас потребує удосконалення й системного розвитку організаційно-економічний механізм поширення інновацій в аграрному секторі. Цей механізм розглядаємо як сукупність організаційних і економічних засобів, які визначають засади і стимулюють рух інноваційних продуктів від їх розробників до користувачів – сільськогосподарських виробників.

Організаційними засобами поширення інновацій в сільському господарстві є створення служб, каналів комунікацій, які забезпечують зв'язок між виробниками інноваційних продуктів та їх користувачами. На сьогодні створені й функціонують представництва, торговельні мережі, які виконують функцію просування на ринку продукції промислових підприємств – основних і матеріальних оборотних засобів, задіяних у сільському господарстві. Однак потрібні й інші структури, які здійснюватимуть інформаційне та консультаційне забезпечення зацікавлених суб'єктів, навчання кадрів, комерційне поширення інноваційних продуктів.

Економічні засоби поширення інновацій охоплюють систему економічних взаємовідносин між усіма учасниками інноваційного процесу – виробниками інноваційних продуктів, їх користувачами (у нашому випадку – сільськогосподарськими підприємствами), фінансовими структурами, які беруть пряму чи опосередковану участь у реалізації відповідних проектів (кредиторами, страховими службами, фіскальними органами тощо).

Значна частка інноваційних розробок, що пропонуються вітчизняним агровиробникам, є продуктом установ НААН України, які перебувають у державній власності. На думку окремих авторів, “виробники інноваційної продукції, профінансовані через державний бюджет, не зацікавлені в її реалізації” [68, с. 275]. Мабуть, це висловлювання надто категоричне, але певний резон у ньому є, й економічну відповідальність творців інноваційної продукції за результати її дифузії (передавання, поширення) слід посилювати.

Вітчизняна наука розглядає різні організаційні форми посилення інновацій в сільському господарстві та принципи їх функціонування. Йдеться про діяльність дорадчих служб, агротехнополісів, венчурних інвесторів тощо. Окремі з відповідних структур набули поширення й уже на практиці демонструють переваги та проблеми у своїй діяльності, аналоги інших лише створюються. Є й пропозиції щодо дифузії інновацій в аграрному секторі, які ми вважаємо дискусійними.

До останніх, вважаємо, належить теза про необхідність і доцільність розвитку венчурного інвестування інноваційних проектів в аграрному секторі, яка розглядається в низці наукових публікацій [67, с. 106; 68, с. 317; 90, с. 316]. Як відомо, венчурні компанії спеціалізуються на інвестуванні коштів у фірми (переважно малі), які мають високий потенціал зростання й реалізують проекти з високим рівнем

ризик [69, с. 387]. Йдеться про можливість отримання особливо високих прибутків від реалізації високотехнологічного проекту, продукція якого характеризується радикальністю, унікальністю та захищена патентами. Важко знайти приклад реалізації такого проекту на базі сільськогосподарського підприємства. Не відкидаючи ймовірність реалізації проектів за участю венчурного капіталу в інших галузях АПК, зазначимо, що дифузія інновацій в аграрному секторі через венчурні структури – лише один із гіпотетичних способів її здійснення, який не належить до категорії вагомих. Цей висновок підкріплюється не тільки вітчизняним, а й зарубіжним досвідом поширення інновацій в АПК.

Більші сподівання варто покласти на дифузію інновацій за допомогою таких структур, як агропромислові наукові парки та агротехнопарки. У досконалому варіанті вони повинні становити собою кластерне утворення, в рамках якого інтегруються фінансові ресурси, матеріальна база для розробки передових технологій, створення високотехнологічних матеріальних систем і кваліфіковані кадри, які створюють інноваційні продукти.

Агропромислові наукові парки рекомендується створювати на базі провідних навчальних закладів, науково-дослідних і проектно-господарських інститутів [68, с. 316]. Дослідження, що проводяться в їх підрозділах, здійснюються в тісному інформаційному контакті з комерційними виробничими структурами та за їх фінансової участі.

На агротехнопарки покладається функція широкого комерційного поширення вже апробованих у виробничому процесі новацій. Одні дослідники пропонують їх створювати на базі дослідних аграрних підприємств [68, с. 317]. Інші розглядають їх як територіальний комплекс економічно самостійних та об'єднаних навколо певного центру наукових, проектно-конструкторських, технологічних, освітніх, фінансових, інформаційних закладів і агропромислових підприємств [67, с. 106]. Очевидно, на практиці можуть застосовуватися різні підходи до організаційної побудови агротехнопарків. Принциповим є те, що на них покладаються функції інноваційного провайдера. Такі структури повинні забезпечити комерціалізацію наукових розробок, брати на себе частину ризиків інноваційних проектів, демонструвати перспективність інвестування аграрного виробництва.

В Україні реалізовувалися певні проекти, що їх можна розглядати як елементи створення агропромислових дослідницьких центрів,

агротехнопарків. Поширення цього процесу слід вважати одним з основних напрямів розвитку вітчизняної аграрної науки, адже, як зазначав М. Безуглий, тільки невелика частка установ Національної академії аграрних наук України (близько 30%) почала співпрацювати з бізнесом і заробляти суттєві кошти [173, с. 18-19]. Дифузія інновацій повинна розвиватися на основі створення партнерських структур зацікавлених сторін, у тому числі державних організацій, відносини трансферу інновацій між якими були б чітко визначені відповідними нормативними документами.

Агротехнопарки, створені за територіальним принципом, справлятимуть опосередкований вплив на діяльність переважної більшості сільськогосподарських підприємств. Водночас ставиться завдання створити умови для надання кожному виробникові практичної допомоги з прийняття інноваційного рішення та його наукового супроводу. Забезпечити такі умови можна за допомогою дорадницьких служб, які можуть виступати доволі ефективним засобом зв'язку аграрної науки з виробництвом.

Сільськогосподарські дорадчі служби діють більш ніж у 120 країнах світу. Їх функції не обмежуються доведенням накопичених наукових знань до окремих виробників. Останні отримують від дорадників важливу інформацію про ринкову кон'юнктуру, можуть розраховувати на допомогу в організації збуту продукції, вирішенні інших поточних проблем. Водночас налагодження за допомогою дорадчих служб системи передачі досліджень науки та передового досвіду виступає одним із ключових елементів інфраструктурного забезпечення інноваційних процесів у сільському господарстві.

В Україні також накопичений певний практичний досвід створення й функціонування сільськогосподарських дорадчих служб. Їх діяльність підтримується державою, в тому числі у формі певного бюджетного фінансування. Аprobуються різні організаційні варіанти дорадництва й триває дискусія щодо перспективності окремих із них. Найраціональнішим у вітчизняних умовах вважаємо варіант, за яким дорадчі служби були б створені на базі аграрних університетів – структур, які володіють великим кадровим і матеріальним потенціалом, здатні забезпечити фахову допомогу найрізноманітнішим за спеціалізацією та масштабами діяльності виробничим структурам.

Саме за таким принципом – на базі сільськогосподарських коледжів університету – створена дорадницька служба Екстеншн у США.

Двосторонні зв'язки між консультантами – працівниками університету й сільськогосподарськими виробниками забезпечують створені в рамках служби окружні (районні) центри, де працюють по 3-5 осіб. Ці центри також організують проведення освітніх заходів, розповсюдження інформації науково-технічного та ринкового характеру [191, с. 59].

У США діяльність служби Екстеншн фінансують департамент країни, уряд штату та округу. Натомість у багатьох країнах створені сільськогосподарські дорадчі служби, які функціонують на приватних засадах, хоча й підтримуються державою через певні спеціальні програми. В Україні поки що не створено реальних передумов для успішного розвитку приватних дорадницьких служб, хоча нерідко висловлюються пропозиції щодо можливості їх створення. Приватні дорадницькі служби можуть функціонувати за наявності достатньо великої кількості клієнтів, зорієнтованих на тісну постійну співпрацю з ними. Сільгоспвиробники, не відкидаючи необхідності такої співпраці, не готові сьогодні до серйозних кроків з її розгортання.

Високі потенційні можливості університетського дорадництва підтверджує функціонування у складі Львівського національного аграрного університету Новаційного центру. Згідно зі статутними обов'язками, реалізуюючи технологічно-новаційний напрям у своїй діяльності, центр здійснює: зв'язок сільськогосподарських виробників з освітніми та науково-дослідними закладами, узагальнення досвіду застосування нових технологій виробництва та переробки сільськогосподарської продукції в регіоні, поширення інформації про прогресивне матеріально-технічне забезпечення аграрного виробництва, пошук альтернативних видів підприємництва на селі тощо [98, с. 218].

Діяльність Новаційного центру ЛНАУ засвідчує високу гнучкість використовуваної моделі дорадництва. Він співпрацює з різними групами виробників, у тому числі з великими підприємствами, у штаті яких працюють кваліфіковані працівники. На основі цього отримуємо підстави для висновку, що розвиток університетської системи аграрного дорадництва виступає важливим засобом зміцнення конкурентоспроможності різних категорій сільськогосподарських підприємств на основі їх інноваційного розвитку.

Масштаби й темпи інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств значною мірою залежать від результатів наукових

досліджень, що здійснюються для потреб галузі. Певну інформацію про особливості їх організації отримаємо, проаналізувавши фінансування відповідної діяльності (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Обсяг і структура фінансування наукових і науково-технічних робіт у сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві України*

Показник	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
Загальний обсяг фінансування, млн грн	271,6	474,3	457,7	526,0	547,9	276,3
до загального в економіці країни, %	5,3	5,9	5,9	5,8	5,7	0,4
Фінансування з держбюджету, млн грн	189,3	368,2	347,1	429,0	422,2	232,9
до загального в економіці країни, %	11,1	9,1	10,2	11,6	10,9	- 0,2
Частка у фінансуванні зазначених галузей, %:						
коштів держбюджету	69,7	77,6	75,8	81,6	77,1	7,4
коштів місцевих бюджетів	0,8	0,2	0,1	0,04	0,0	- 0,8
власних коштів	11,7	12,7	15,1	12,7	16,3	4,6
коштів замовників: підприємств і організацій України	9,6	5,2	4,4	4,0	4,8	- 4,8
іноземних держав	0,7	0,3	0,5	0,3	0,5	- 0,2

* Розраховано за даними статистичного збірника “Наукова та інноваційна діяльність в Україні” за відповідні роки.

Звісно, зважаючи на сучасний стан аграрного сектора, загальний обсяг фінансування відповідних наукових і науково-технічних робіт можна охарактеризувати як недостатній. З іншого боку, у 2011 році порівняно з 2005 роком він збільшився удвічі й темпи його зростання дещо перевищували аналогічний показник в економіці загалом. Наведені в табл. 4.2 дані не враховують фінансування науково-дослідних робіт у тих підприємствах промисловості, які випускають продукцію для потреб сільського господарства. Втім, як відомо, досягнення вітчизняних промислових підприємств у цьому плані значно поступаються доробку провідних компаній світу, що пропонують свою продукцію сільгоспвиробникам.

Особливістю фінансування наукових і науково-технічних робіт у сільському господарстві є дуже висока частка коштів, що виділяються на відповідні потреби з державного бюджету. Вона помітно перевищує частку державного фінансування відповідних робіт в інших основних галузях економіки. Держава традиційно бере на себе основні обов'язки з ресурсного забезпечення селекційної, племінної роботи, інших наукомістких видів діяльності для потреб сільського господарства. Така ситуація відповідає особливостям галузі, для якої характерний низький рівень концентрації виробництва.

Частка фінансування наукових і науково-технічних робіт за рахунок коштів сільгоспвиробників становила останніми роками в середньому всього 12-16%. Вкрай мізерним було фінансування відповідних досліджень за рахунок коштів місцевих бюджетів, хоча практично в кожному регіоні країни розроблена й затверджена програма розвитку його сільського господарства і села. Доволі невеликими залишаються абсолютні показники витрат на наукові дослідження, здійснювані іноземними замовниками. У цьому проявляється недостатня відкритість аграрного сектора нашої країни для зарубіжних інвесторів.

Дані про безпосередню фінансову участь у науково-технічних роботах відображають доволі низький рівень інтеграції сільськогосподарських підприємств у процес виготовлення інноваційних продуктів. Розширення їх участі у цьому процесі сприятиме адаптації інновацій до потреб конкретного виробника, швидшій дифузії новацій, підвищенню ефективності відповідних робіт. Воно стимулюватиме інноваційний розвиток сільського господарства, що в кінцевому підсумку позитивно вплине на зміцнення конкурентоспроможності окремих підприємств галузі.

Практичне значення для прогнозу перспектив розвитку вітчизняного сільського господарства, зміцнення його конкурентоспроможності має оцінка інтенсивності інноваційних процесів у підприємствах галузі. Пропонуємо здійснювати її, враховуючи параметри виробництва окремих видів продукції підприємствами, що демонструють високий рівень технологічної ефективності господарювання (дод. X).

Індикаторами високого рівня технологічної ефективності виробництва вважаємо: урожайність зернових понад 50 ц/га, соняшнику – понад 25,0 ц/га, цукрових буряків – понад 400 ц/га, річний надій молока на одну корову – понад 5000 кг, середньодобовий приріст вели-

кої рогатої худоби – понад 700 г, середньодобовий приріст свиней – понад 500 г, продуктивність курей-несучок – понад 250 шт. яєць на рік. Досягнення таких показників урожайності культур і продуктивності тварин супроводжується, як правило, високими показниками економічної ефективності. Воно не може бути випадковим збігом обставин, а забезпечується наявністю міцної матеріально-технічної бази, застосуванням прогресивних виробничих технологій і принципів організації господарської діяльності. Отже, для того, щоб отримати такі показники, сільськогосподарські підприємства повинні мати характеристики, які підпадають під визначення конкурентних переваг. Наявність високих технологічних показників є необхідною умовою зміцнення конкурентних позицій вітчизняного аграрного сектора на світовому ринку.

Наведені в дод. X показники свідчать, що доволі помітним є прояв інноваційних процесів у зерновій галузі та вирощуванні соняшнику. Наприклад, зібрана площа соняшнику, на якій отримано високі показники врожайності (понад 25 ц/га), збільшилася у 2011 році порівняно з 2005 роком у 9,0 разів, спостерігається виражена тенденція до зростання кількості підприємств, які завдяки застосуванню новачій демонструють високі виробничі результати у вирощуванні цієї культури. Закономірним наслідком є лідируючі позиції України на світовому ринку соняшникової олії.

Наша країна прагне зміцнити свої позиції й на світовому ринку зерна. Ці наміри підкріплюються тенденцією до збільшення обсягів виробництва продукції завдяки впровадженню в зерновій галузі інновацій. Водночас спостерігається доволі помітна варіація технологічної ефективності виробництва зерна, що можна пояснити значною мірою нестабільністю показників вирощування озимих зернових культур. Зазначимо, що саме застосування інновацій спроможне знизити залежність результатів галузі від несприятливих погодних умов.

Не такими помітними є позитивні зрушення в буряківництві. Для того щоб український цукор був конкурентоспроможний не тільки на зовнішньому, а й на внутрішньому ринку, врожайність цукрових буряків повинна перевищувати 400 ц/га. Однак певне поліпшення ситуації мало місце лише у 2011 році, який загалом виявився дуже вдалим для рослинницьких галузей.

Завдяки інноваційним процесам доволі високих показників досягнуто у птахівництві яєчного напрямку, а на ринку яєць спостеріга-

ється жорстка конкурентна боротьба між вітчизняними виробниками. Швидко прогресуючою в цьому плані галуззю є свинарство. Натомість не спостерігаємо виражених позитивних зрушень у м'ясному скотарстві. Обсяг виробництва яловичини на підприємствах, що демонструють високі показники технологічної ефективності в цій галузі, останніми роками характеризується тенденцією до зменшення.

Важливі узагальнення можна зробити, проаналізувавши наведені в дод. X показники, що стосуються молочного скотарства. Як відомо, поголів'я корів і обсяги виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах упродовж тривалого періоду зменшуються. Швидкими темпами зменшується й кількість підприємств, які утримують молочних корів. Водночас зростають обсяги виробництва молока на підприємствах, що використовують сучасні технології й демонструють високі показники технологічної ефективності. Спостерігається й тенденція до збільшення кількості підприємств, які вкладають інвестиції в розвиток молочного скотарства. Поки що зусиль сільгоспвиробників, які орієнтуються на інноваційний розвиток молочного скотарства, недостатньо. Однак, що важливо, перспективи такого розвитку масово підтверджуються практикою, а це дає змогу розраховувати на позитивні зміни.

Оцінюючи темпи інноваційного розвитку окремих галузей, можна зробити прогноз щодо досягнення прийнятних показників їх конкурентоспроможності. Для цього слід встановити темпи змін окремих параметрів та здійснити екстраполяцію їх на перспективу. Зокрема, у рослинництві поширення інноваційних процесів відображають високі показники технологічної ефективності господарювання. Визначивши їх, оцінимо перспективи зміцнення конкурентоспроможності у зерно-виробництві і буряківництві.

Прийнятними вважатимемо результат, за якого вітчизняні сільськогосподарські підприємства отримуватимуть урожайність зернових культур більшу за 50 ц/га не менш ніж на 60% зібраних площ. У буряківництві урожайність цукрових буряків, що перевищує 400 ц/га, повинна стати домінуючою – мати місце не менш ніж на 80% посівів. За наведеними в дод. X даними визначимо темпи зростання зібраних площ зернових культур у підприємствах, що демонструють високі показники технологічної ефективності. За період, упродовж якого органи статистики визначають відповідну інформацію, цей процес доволі точно (з коефіцієнтом кореляції $r = 0,74$) описується рівнянням:

$$Y_t = -145,94 + 301,32t, \quad (4.1)$$

де як результативний показник (Y_t) виступає зібрана в сільськогосподарських підприємствах площа зернових, на якій їх урожайність перевищує 50 ц/га, змінною виступає прийнятий номер періоду (року). Динаміка відповідного процесу показана на рис. 4.3.

У перспективі посівна площа зернових у сільськогосподарських підприємствах України може бути стабілізована на рівні 12 млн га. Прогнозуємо деяке її зростання за рахунок збільшення площі землекористування підприємств. Отож, рівень конкурентоспроможності вітчизняного зернового господарства буде прийнятним, якщо підприємства отримуватимуть врожайність, що перевищуватиме 50 ц/га на площі, не меншій за 7 млн га. Розрахунки показали, що за існуючої тенденції в інноваційному розвитку зерновиробництва цей результат може бути досягнутий у 2029 році.

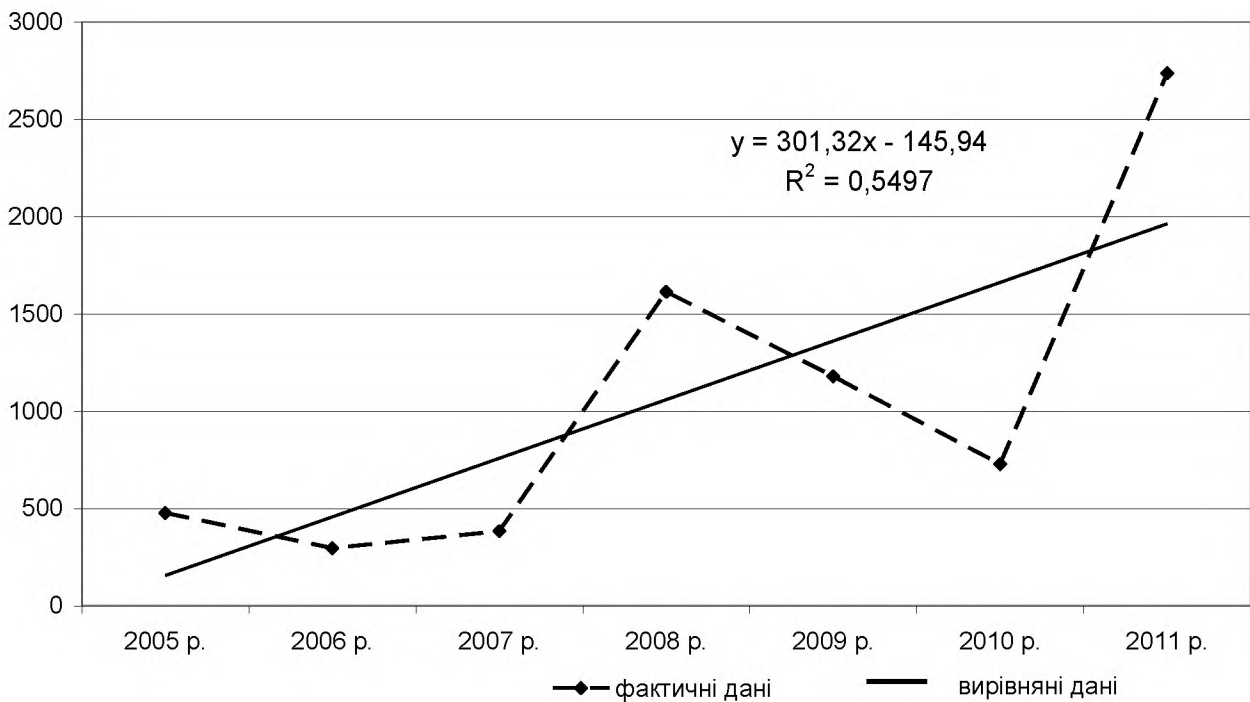


Рис. 4.3. Динаміка зібраної площі зернових у сільськогосподарських підприємствах України з урожайністю понад 50,0 ц/га, тис. га.

Площа зернових культур у сільськогосподарських підприємствах України, на якій було отримано урожайність понад 50 ц/га, упродовж досліджуваного періоду щорічно збільшувалася на 300 тис. га, що становить 2,5% від передбачуваної площі посівів зернових

(12 млн га). Дещо вищими темпами зростала частка посівів соняшнику, на якій досягнуто високого рівня технологічної ефективності його вирощування (урожайність понад 25,0 ц/га), – 2,9% від середньорічної посівної площі цієї культури в підприємствах України за досліджуваний період. Ці параметри дають змогу оцінити темпи поширення інноваційних процесів у відповідних галузях.

Щодо перспектив буряківництва, то Державною цільовою програмою розвитку українського села [40] передбачено довести обсяг виробництва в галузі до 25 млн тонн. Для досягнення цього результату їх посівна площа повинна становити близько 650 тис. га. З неї на підприємства, які вирощують цукрові буряки з рівнем урожайності не нижче ніж 400 ц/га повинно припадати принаймні 500 тис. га. Однак упродовж досліджуваного періоду найбільше значення цього показника становило всього 199,4 тис. га (у 2011 році), причому не спостерігаємо вираженої тенденції до його збільшення. Тому часові параметри досягнення прийняттого рівня конкурентоспроможності вітчизняного цукробурякового підкомплексу поки що сховані у віддаленій перспективі.

4.2. Інвестиційне забезпечення реалізації конкурентних стратегій

Основною причиною економічних труднощів переважної більшості вітчизняних сільськогосподарських підприємств є вкрай слабка матеріально-технічна база, відсутність достатньої кількості обігових коштів. Водночас як свідчить досвід передових підприємств галузі, висока ефективність сільськогосподарського виробництва є цілком реальною. Досягти її можна завдяки інвестиціям, без яких, як свідчать проведені нами дослідження, банкрутство значної частини агропідприємств є лише питанням часу. Інвестування як процес вкладання різних видів майнових та інших цінностей в об'єкти господарювання з метою одержання прибутку виступає стрижневим елементом методології зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Високу актуальність проблеми інвестування сільськогосподарських підприємств ілюструють такі дані. За розрахунками вчених

ННЦ “Інститут аграрної економіки”, для відтворення технічного потенціалу аграрного виробництва та доведення його до рівня технологічної потреби необхідно протягом 10 років щорічно інвестувати понад 40 млрд грн [131, с. 130]. Для визначення цього показника виходили з того, що в досліджуваному періоді кількісне забезпечення підприємств галузі навіть конструктивно застарілими енергетичними засобами та основними сільськогосподарськими машинами становить лише 50-65% від технологічної потреби [131, с. 125] та десятками мільярдів гривень вимірюється дефіцит обігових коштів для забезпечення нормального завершення виробничих процесів.

Необхідність збільшення обсягів інвестування сільськогосподарських підприємств є очевидною, а перспективи виконання цього завдання залежать від спроможності підприємств галузі сприйняти відповідні вкладення й освоїти їх із прийнятним для інвестора рівнем ефективності. Ця спроможність визначає інвестиційну привабливість галузі, яка виступає ключовим чинником формування джерел фінансування її розвитку.

Серед авторів поширеною є думка про відносно низький рівень інвестиційної привабливості вітчизняних сільськогосподарських підприємств [17, с. 90; 26, с. 160; 101, с. 167; 176, с. 145; 178, с. 3 та ін.], хоча часто відзначається наявність тенденції до її підвищення останніми роками, про яку свідчить збільшення обсягів інвестицій в основний капітал сільськогосподарських підприємств, темпи зростання яких, як уже зазначалося, помітно перевищують показники динаміки інвестування інших ключових галузей економіки.

Інвестиційна привабливість окремих галузей, з одного боку, формується під впливом фактичних фінансово-економічних процесів, які в них відбуваються, а з іншого – є відображенням суб’єктивних поглядів інвесторів на перспективи бізнесу, наявність інвестиційних ризиків тощо. Проведені нами дослідження вказують на те, що на активізацію інвестиційних процесів в аграрному секторі суттєвий вплив справляють як фактичні результати господарювання, так і суб’єктивні чинники.

Позитивно інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств характеризує відносно високий рівень рентабельності операційної діяльності сільськогосподарських підприємств (його розглядали в табл. 3.9). Однак зазначений показник не враховує лагу затримки віддачі від інвестицій та надто залежить від кон’юнктури по-

точного року. Доповнити оцінку ефективності інвестицій пропонуємо за допомогою порівняння за певні періоди обсягів інвестицій в основний капітал у розрізі окремих галузей економіки та випуску – відображеної в національних рахунках вартості товарів і послуг, що є результатом виробничої діяльності одиниць – резидентів галузі у звітному періоді [184] (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Окупність інвестицій в основний капітал випуском у галузях економіки України*

Вид (сфера) економічної діяльності	Інвестиції в основний капітал за періодами, млн грн		Випуск у фактичних цінах за періодами, млн грн		Припадає випуску на 1 грн інвестицій в основний капітал, грн	
	I. 2005-2007 рр.	II. 2008-2010 рр.	I. 2006-2008 рр.	II. 2009-2011 рр.	I період	II період
Сільськогосподарські підприємства	21433**	38038**	157597	295123	7,35	7,76
Промисловість	144176	192834	1991786	2778379	13,81	14,41
Будівництво	20336	22760	275821	303283	13,56	13,33
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку	37047	50616	535625	891753	14,46	17,62
Діяльність транспорту та зв'язку	68925	86197	415026	643209	6,02	7,46
Усього	406836	535525	4819406	7226460	11,85	13,49

* Розраховано з використанням даних статистичних щорічників [184].

** Інвестиції в основний капітал у сільському господарстві, мисливстві та пов'язаних із ними послугах.

За результат інвестування прийнято обсяг випуску за триріччя (2006-2008 і 2009-2011 рр.). В аналізі виходили з необхідності врахувати вплив інвестицій, здійснених у кількох попередніх роках, та слабкий вплив на результати господарської діяльності інвестицій поточного року. Тому чинником, що вплинув на формування випуску, виступив обсяг інвестицій в основний капітал за 2005-2007 рр. у першому досліджуваному періоді та 2008-2010 рр. у другому періоді.

Проведені розрахунки засвідчили, що економічна ефективність інвестицій в основний капітал сільськогосподарських підприємств,

визначена з урахуванням лагу запізнення й тривалого характеру їх впливу, помітно поступається середнім в економіці країни показникам, у тому числі ефективності інвестицій у підприємства промисловості. Показово, що на цю закономірність не вплинула фінансово-економічна криза. Вона певною мірою позначилася на темпах зростання інвестицій і випуску, але не на окупності інвестованих в окремі галузі коштів.

Поєднання високих темпів зростання обсягів інвестицій в сільськогосподарські підприємства з відносно низькою їх окупністю випуском вказує на відсутність системних переваг підприємств галузі в конкуренції за доступ до зовнішніх джерел інвестування та переважанні в прийнятті інвестиційних рішень суб'єктивних очікувань інвесторів. Для формування сприятливого інвестиційного клімату ці очікування повинні більшою мірою підкріплюватися реальними економічними здобутками. Тому, розглядаючи перспективи розвитку інвестування аграрного сектора, слід вести мову не стільки про збільшення обсягу відповідних вкладень, скільки про оптимізацію напрямів їх здійснення, форм уречевлення, способів освоєння. Ця оптимізація повинна бути спрямована на задоволення як інтересів усіх учасників інвестиційного процесу, так і суспільних інтересів. Останнє особливо актуальне, зважаючи на великі диспропорції в розвитку окремих сільськогосподарських галузей, які є наслідком диспропорцій в інвестуванні відповідних виробництв.

Організація інвестиційного процесу на рівні окремого підприємства повинна здійснюватися через формування й реалізацію його інвестиційної стратегії. Під інвестиційною стратегією ми, дотримуючись загальноприйнятих підходів, розуміємо систему концептуальних цілей діяльності підприємства та шляхів їх досягнення. Зазначимо, що оскільки інвестиції в переважній більшості випадків мають довготерміновий характер і визначають перспективи функціонування підприємства, рішення щодо їх здійснення самі по собі належать до стратегічних.

Інвестиційну стратегію підприємства слід розглядати як функціональний елемент його конкурентної стратегії. Вкладення коштів без чітко визначеної програми дій, зорієнтоване на екстенсивний розвиток підприємства, спроможне забезпечити досягнення певних тактичних цілей. Натомість, як зазначалося, вагомі прогресивні зміни можуть бути забезпечені через інноваційний розвиток підприємства.

Отже, інвестиційна стратегія підприємства забезпечить ефективну реалізацію його конкурентної стратегії, якщо передбачатиме вкладання коштів в інновації.

Формування інвестиційної стратегії підприємства, яке поставило перед собою завдання інноваційного розвитку, передбачає формулювання визначених конкурентною стратегією цілей, вибір принципів і способів їх фінансування. Стратегія конкретизується у формі інвестиційних проектів. Відповідна діяльність є складовою процесу обґрунтування інноваційно-інвестиційного забезпечення конкурентної стратегії підприємства (рис. 4.4). Зміст цього процесу доцільно розглядати в контексті описаного нами в п. 4.1 алгоритму обґрунтування інноваційної діяльності підприємства.

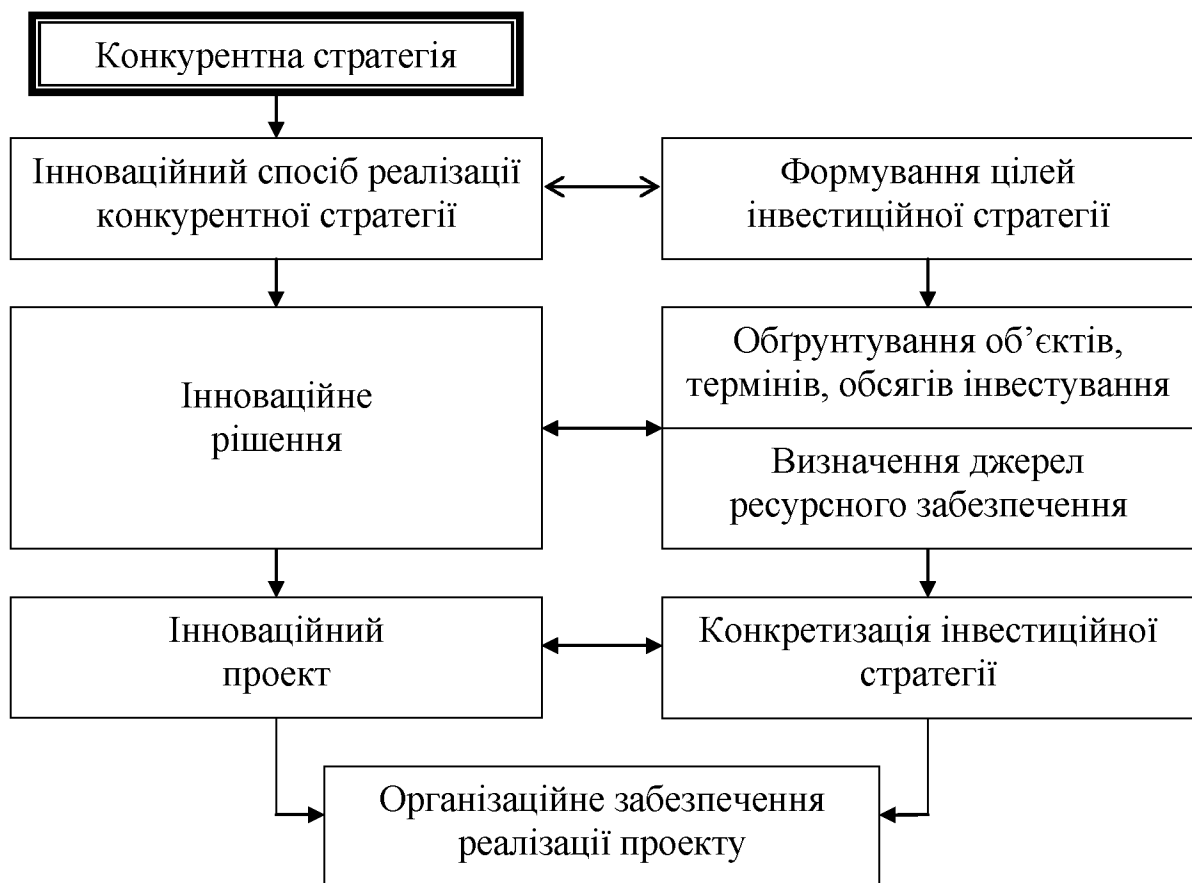


Рис. 4.4. Інноваційно-інвестиційне забезпечення реалізації конкурентної стратегії підприємства.

На етапі формування цілей інвестиційної стратегії, виходячи з конкурентної стратегії підприємства та обраного інноваційного спо-

собу її реалізації, окреслюються завдання, які необхідно виконати підприємству – зі зміцнення матеріально-технічної бази, диверсифікації діяльності, підвищення якості продукції тощо.

Стратегічні цілі конкретизуються через встановлення певного переліку об'єктів інвестування, обсягу необхідних коштів, термінів здійснення відповідних інвестиційних дій. Такий перелік відображає наявність альтернативних варіантів виконання поставлених підприємством завдань. З його формування розпочинається процес обґрунтування інноваційного рішення. Завершується цей процес визначенням джерел ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності підприємства. Воно передбачає, за необхідності, коректування об'єктів, термінів, обсягів інвестування, не виключає, як було показано у схемі на рис. 4.2, ймовірності перегляду самої конкурентної стратегії.

Завершенням формування інвестиційної стратегії є її конкретизація у формі розробки інвестиційних проектів. Йдеться про прийняття рішення щодо реалізації певного інноваційного проекту, спрямованого на забезпечення отримання підприємством вагомих конкурентних переваг. Інноваційно-інвестиційне забезпечення реалізації конкурентної стратегії підприємства передбачає також здійснення низки конкретних дій з розробки необхідної документації, залучення джерел фінансування, моніторингу ситуації, оцінки реалізації певних інвестиційних проектів.

У процесі інвестиційного забезпечення реалізації конкурентної стратегії підприємства виділимо процедуру визначення джерел ресурсного забезпечення відповідної діяльності. Як відомо, інвестиції можуть здійснюватися у формі вкладень різних видів майнових та інтелектуальних цінностей, зокрема права користування землею, рухомого та нерухомого майна, сукупності знань, навичок і досвіду. Однак, розглядаючи перспективи їх залучення в конкретний інвестиційний проект, обсяги інвестування відображають у вартісній формі. Відповідно проблема ресурсного забезпечення проекту розглядається насамперед у площині пошуку джерел його фінансування.

Інвестування сільськогосподарських підприємств, як і суб'єктів господарювання інших галузей економіки, здійснюється з використанням власних, позичених і залучених коштів. Спроможність окремих агровиробників орієнтуватися на окремі з цих джерел у фінансуванні своєї діяльності є неоднаковою.

Основними джерелами власних інвестиційних коштів є амортизаційний фонд і відрахування з прибутку підприємства (реінвестування). Слід зазначити, що сьогодні амортизаційних відрахувань у забезпеченні інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств є недостатньою, за їх рахунок формується лише 10-15% інвестицій [131, с. 322]. Насамперед це пов'язано з доволі невеликим обсягом амортизаційних відрахувань через високий рівень зношеності основних засобів. Крім того, як відомо, зважаючи на фінансові труднощі підприємств, відповідні кошти значною мірою використовуються для покриття поточних зобов'язань (як оборотного капіталу), а не за цільовим призначенням.

Реінвестування є основною формою здійснення інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Однак переважно відрахування від прибутку використовують для поповнення оборотного капіталу. Реалізація ж інвестиційних проектів інноваційного типу зазвичай потребує вкладень і в основний капітал, чого в достатньому обсязі переважна більшість агропідприємств лише за рахунок власних коштів забезпечити не може. Вирішувати відповідні проблеми їм доводиться за рахунок зовнішніх джерел фінансування – позичених і залучених коштів.

Позичені кошти є активами, наданими підприємству в тимчасове використання на умовах повернення, строковості й платності. Переважно йдеться про отримані від різних фінансових установ кредити, лізингові операції. Зазвичай позичання коштів здійснюється на засадах гарантійної забезпеченості (заставою, поручительством третіх осіб). Як зазначено, упродовж останніх років простежується тенденція до збільшення обсягів кредитування аграрного сектора економіки, однак їх явно недостатньо для повноцінного задоволення існуючих потреб.

Використання позичених коштів посилює залежність позичальників від кредиторів, накладаючи на них певні зобов'язання. Однак ця залежність відносно незначною мірою позначається на свободі прийняття управлінських рішень менеджментом кредитованих підприємств. Ситуація принципово змінюється, якщо інвестування здійснюється за рахунок залучених коштів – партнерських внесків, які змінюють обсяг і структуру власного капіталу підприємства. Особи, котрі здійснили відповідні вкладення, – пайові інвестори [101, с. 35] – стають співвласниками чи повними власниками підприємства.

Залучення коштів може здійснюватися у формі емісії акцій публічного акціонерного товариства (втім, таких підприємств у сільському господарстві досить мало), зміни складу засновників і статутного фонду товариства з обмеженою відповідальністю, створення підприємства з новим власником, включення сільськогосподарського підприємства як дочірньої структури в об'єднання холдингового типу [292, с. 159]. Пайові інвестори можуть бути представлені різними суб'єктами – від приватних осіб до великих промислових корпорацій, фінансових компаній. Серед них у сільському господарстві домінують так звані стратегічні інвестори – суб'єкти, котрі ставлять за мету отримання переважної частки статутного капіталу для забезпечення реального управління підприємством відповідно до власних потреб і концептуальних поглядів.

Вкладання коштів у сільськогосподарські підприємства спроможне принести пайовим інвесторам різнопланову вигоду. Зокрема, вони можуть розраховувати на прямі доходи у вигляді дивідендів, хоча необхідність реінвестування коштів суттєво обмежує цю форму вигоди. Також інвестиції в сільське господарство можна розглядати в сучасних умовах як перспективний варіант збереження й примноження фінансового капіталу через вкладання його в ліквідні підприємства, вартість яких зростає. Аграрний бізнес характеризується відносною стабільністю попиту на продукцію та високою місткістю ринку, порівняно низькими маркетинговими витратами. Його аж ніяк не можна віднести до низькопроблемних, але потенційна прибутковість і ліквідність інвестицій у підприємства галузі зростає.

Доволі поширеним варіантом вигоди від інвестицій у сільське господарство є здобуття контролю над підприємствами – постачальниками сировини для переробного підприємства. Інвесторами в цьому разі виступають власники переробного підприємства, які прагнуть забезпечити безперебійне надходження сировини, сформувати закритий виробничий цикл, оптимізувати масштаби господарської діяльності. Переробне підприємство (група таких підприємств) формує материнську компанію, яка буде співпрацю зі сільськогосподарськими виробниками на засадах вертикальної інтеграції.

До джерел зовнішніх інвестицій належать і державні кошти – бюджетні асигнування, що здійснюються переважно у процесі реалізації певних цільових програм, забезпечення функціонування нечисленних державних сільськогосподарських підприємств. Однак слід

зазначити, що можливості вирішення проблем вітчизняного аграрного сектора за рахунок бюджетних інвестиційних ресурсів вкрай обмежені. Щодо деяких інших можливих форм залучення зовнішніх інвестицій у галузь (благодійні пожертвування, гранти, заощадження родичів тощо), то ми схильні оцінювати їх лише як гіпотетичні.

З урахуванням обмеженості джерел власних і позичених коштів, що можуть бути використані для інноваційного розвитку аграрного сектора, особливої ваги набуває використання залучених коштів. Цей варіант інвестування є чи не єдиною реальною можливістю виведення з кризи значної кількості неефективних сільськогосподарських підприємств, які володіють дуже обмеженими власними фінансовими ресурсами й неспроможні отримати в достатньому обсязі кредити [290, с. 416].

Здійснюваний нами моніторинг ситуації показав, що у Львівській області налічується всього кілька десятків сільськогосподарських підприємств, які звітують за формою №50 с-г (з-посеред), здатних вирішувати серйозні стратегічні питання лише за рахунок власних і позичених коштів, до того ж серед них переважають підприємства, які вже розвиваються завдяки використанню залучених інвестицій. Спроможність основної частини підприємств здійснювати упродовж тривалого часу ефективну діяльність (нагадаємо, саме в цьому ми вбачаємо ключову ознаку конкурентоспроможності підприємства), орієнтуючись на власні ресурси та існуючий механізм кредитування їх діяльності, доволі низька. Очевидно, схожа ситуація має місце і в інших регіонах країни.

Інвестування, яке супроводжується перерозподілом власності, передбачає зміни в системі менеджменту сільськогосподарського підприємства, зачіпає інтереси його теперішніх засновників [292, с. 159]. Оскільки найпомітнішою за результатами формою його здійснення виступає створення агрохолдингів, доволі гостро постає питання про саму доцільність цієї форми вливання капіталу в аграрний сектор економіки.

Даючи оцінку відповідному процесу, зазначимо, що поява й розвиток агрохолдингів є закономірним наслідком тих економічних процесів, що відбуваються в нашій країні. Упродовж тривалого часу сільське господарство не привертало значної уваги вітчизняних і зарубіжних інвесторів, які віддавали перевагу іншим галузям економіки – тим, що обіцяли вищу й швидшу віддачу. Після того, як власність і

сфери впливу в інших галузях були в основному поділені, розпочалося масове проникнення великого капіталу в сільське господарство. Звісно, цей капітал не міг обмежити свої апетити відносно незначними масштабами господарювання. Його проникнення в аграрний бізнес супроводжувалося створенням за кластерним принципом низки дочірніх структур – безпосередньо сільськогосподарських підприємств та інших господарюючих суб'єктів, які в комплексі дають змогу сформувавши замкнутий виробничий цикл, налагодити експорт продукції. Насамперед завдяки діяльності таких структур Україна утвердилася в переліку світових експортерів зерна, соняшникової олії, ріпаку. Практично вирішено проблему імпортозалежності нашої країни від продукції птахівництва, оздоровлено ситуацію в бурякоцукровому підкомплексі.

Агрохолдингові структури є реалізованим в Україні варіантом агропромислових фінансових груп, питання доцільності створення яких активно обговорювалося вітчизняними економістами-аграрниками ще з кінця минулого століття. Такі структури здатні виконувати найскладніші технологічні завдання в рамках реалізації масштабних інноваційних проєктів. Ми аж ніяк не збираємося відстоювати тезу, що діяльність агрохолдингів у всьому відповідає інтересам селян. Однак слід зазначити: їх функціонування й розвиток є в сучасних умовах найрезультативнішим способом залучення інвестицій в аграрний сектор економіки нашої країни, формування конкурентоспроможних виробників сільськогосподарської продукції.

Невід'ємним елементом інвестиційного процесу є участь у ньому іноземного капіталу. Іноземні інвестори доволі помітно представлені й у сільському господарстві України. Вкладені ними в цей сектор економіки кошти зазвичай належать до категорії залучених, а отже, в здійсненні інвестицій мав місце певний перерозподіл власності. Часто іноземні інвестори повністю контролюють відповідні сільськогосподарські підприємства. У зв'язку з цим виникають дискусії щодо прийнятності масштабів і форм їхньої присутності у вітчизняному аграрному секторі.

Позитивною обставиною є той факт, що переважно іноземні інвестори залучають сучасну техніку й обладнання, застосовують передові технології. Вони прагнуть вести бізнес прозоро, не порушуючи законодавчих норм, сприяють просуванню української продукції на закордонні ринки чи, виробляючи продукцію в Україні, знижують

тим самим залежність країни від імпорту продовольства. Надходження іноземних інвестицій в сільське господарство стимулює інноваційний розвиток інфраструктури, підприємств переробних галузей.

Однак не можна оминати й певні проблемні моменти, пов'язані з надходженням іноземних інвестицій. Зокрема, кошти вкладаються насамперед в окремі орієнтовані на експорт галузі, що ускладнює раціональне використання ресурсного потенціалу аграрного сектора з урахуванням суспільних інтересів. Серед інших “негативів” В. Лаврук називає відмивання кримінального капіталу, організацію на наших територіях екологічно шкідливого виробництва, можливість здобувати виробничі фонди за заниженими цінами [90, с. 48].

При цьому частка іноземних інвестицій у сільськогосподарські підприємства, як уже зазначено в третьому розділі, є відносно невеликою. Іноземні інвестори вирішують свої локальні проблеми й принципово не впливають на процес розвитку аграрного сектора. Слід зазначити, що доволі низька частка іноземних інвестицій у сільське господарство є типовим явищем для країн із різним рівнем економічного розвитку. Сьогодні збільшення обсягу таких інвестицій не створює загрози національним інтересам України і має переважно позитивний характер. Залучення іноземного інвестора здебільшого є цілком прийнятним варіантом реалізації конкурентної стратегії сільськогосподарського підприємства. Однак, як відомо, збільшення присутності іноземного капіталу в сільському господарстві нашої країни ускладнюється як низькою інвестиційною привабливістю вітчизняної економіки загалом, так і загостренням конкуренції між зарубіжними й вітчизняними суб'єктами за доступ до ключового ресурсу – землі.

Реалізація будь-якої конкурентної стратегії потребує певних ресурсів, тому методологія забезпечення зміцнення конкурентоспроможності підприємств передбачає розробку заходів, спрямованих на підвищення їх інвестиційної привабливості. Йдеться про створення сприятливих умов для збільшення надходжень коштів з усіх джерел, тобто власних, позичених і залучених фінансових ресурсів. Відповідний процес стосовно сільськогосподарських підприємств характеризується певними особливостями.

Мабуть, істинним є твердження, що власника підприємства, який найбільше зацікавлений в одержанні прибутків від його функціонування, не доводиться переконувати вкладати кошти в його розвиток. Тому, на перший погляд, питання стимулювання вкладання влас-

них коштів у певне сільськогосподарське підприємство не є актуальним. Водночас ймовірним є варіант, коли інвестор, який вклав значні кошти в сільськогосподарське підприємство і став його власником чи одним з основних співвласників, вирішить вийти з аграрного бізнесу. Особливо це стосується власників агрохолдингів [136, с. 31; 176, с. 144], для яких диверсифікація інвестицій в різні галузі – звична справа. Зважаючи на великі розміри агрохолдингових структур, наслідки таких процесів можуть набути катастрофічного характеру.

Вирішення зазначеної проблеми залежатиме від інвестиційної привабливості сільського господарства, тобто від спроможності підприємств галузі забезпечити інвестору прийнятний рівень доходів на вкладені ним кошти. За належного рівня інвестиційної привабливості галузі, навіть якщо певний суб'єкт прийме рішення про припинення своєї діяльності в ній, знайдеться інша особа, котра виявить бажання придбати відповідний бізнес. Отже, масштаби вкладення коштів зовнішніх інвесторів у сільськогосподарські підприємства залежать від ліквідності аграрного бізнесу, тобто здатності вийти з нього, продавши підприємство (частку в статутному фонді) без особливих втрат для інвестора.

Очевидно, зазначені обставини впливають і на перспективи використання залучених коштів для фінансування розвитку сільськогосподарських підприємств. Притік зовнішніх інвестицій у вигляді залучених коштів залежатиме від інвестиційного клімату в галузі та державі, основні характеристики якого формуються на макрорівні. Результатом сприятливого інвестиційного клімату на національному рівні буде збільшення обсягів іноземних інвестицій. Навіть якщо вони надходитимуть в інші галузі економіки, конкуренція між зарубіжними та вітчизняними інвесторами змусить останніх інтенсивніше вишукувати потенційні об'єкти інвестування, до яких належать і сільськогосподарські підприємства [281, с. 286].

Концептуальні підходи й рекомендації, спрямовані на покращання інвестиційного клімату в Україні, опрацьовані в численних наукових працях, відображені в низці програмних документів уряду та профільних міністерств країни, тому ми не ставимо перед собою завдання детально розглянути їх у своєму дослідженні. Водночас вкажемо на певні особливості, які стосуються механізму залучення інвестицій в сільськогосподарські підприємства на мікрорівні.

Прийняття рішення щодо доцільності вкладання коштів у конкретне підприємство ґрунтується на оцінці його інвестиційної привабливості. Сформувався традиційний підхід, за яким як критерії такої привабливості пропонується використовувати показники фінансового стану підприємства. Відповідно збиткове підприємство чи підприємство з негативними параметрами грошових потоків не належить до потенційних об'єктів інвестування [101, с. 187; 233, с. 59]. Такий підхід виправданий, якщо йдеться про придбання частини акцій підприємства чи надання йому кредиту. Однак, як зазначалося, пайові інвестори, котрі проявляють інтерес до сільськогосподарських підприємств, здебільшого прагнуть отримати над ним повний контроль. Натомість власники підприємства, які відчувають спроможність вирішувати проблеми його розвитку за рахунок власних і позичених коштів, навряд чи погодяться на прихід зовнішнього стратегічного інвестора. Отже, для потенційних інвесторів у сільськогосподарські підприємства з високими показниками фінансового стану існують значні вхідні бар'єри. Відповідно ці бар'єри доволі низькі для інвесторів у фінансово слабкі підприємства.

Ситуація, коли для реалізації перспективного варіанта конкурентної стратегії доводиться залучати зовнішнього інвестора, який отримає повний чи відчутний контроль над підприємством, очевидно, часто дуже болісно сприймається його теперішніми власниками. Конфлікт інтересів між потенційним стратегічним інвестором та власниками сільськогосподарського підприємства можна вирішити, якщо останнім будуть запропоновані певні менеджерські функції на об'єкті інвестування. Перспективність такого варіанта обумовлена й тим, що посади керівників аграрних підприємств дедалі частіше займають фахівці, які не мають освіти, пов'язаної з сільськогосподарським виробництвом [94, с. 164]. Потрібно брати до уваги й інтереси власників земельних паїв – орендодавців базового ресурсу, без якого неможливе функціонування підприємства. Далекоглядні стратегічні інвестори налаштовуються на конструктивну співпрацю з усіма зацікавленими сторонами, беруть певну участь у вирішенні соціальних проблем села [281, с. 286].

Набагато привабливішим для менеджерів сільськогосподарського підприємства є варіант, коли для реалізації конкурентної стратегії використовуються позичені кошти. Однак на отримання кредиту можуть розраховувати лише підприємства з доволі міцними параметра-

ми фінансового стану. Крім того, до проблемних аспектів належать обсяг позики, умови її надання.

Ключовими питаннями, які вирішують на мікрорівні (у відносинах між позичальником і кредитором), є гарантування повернення кредиту та плата за користування ним. У відносинах між сільськогосподарськими підприємствами та комерційними банками сформувався певні принципи і правила надання кредитів під майнову заставу. Проведені нами дослідження показали, що плату сільськогосподарських підприємств за користування комерційними кредитами не можна охарактеризувати як надто високу порівняно з умовами кредитування суб'єктів інших галузей, до того ж упродовж тривалого періоду діє механізм компенсації державою частини плати за користування позик агропідприємствами. Незважаючи на це, умови й обсяги кредитування вітчизняних сільгоспвиробників вчені й господарники практично однотайно оцінюють як незадовільні.

Численні рекомендації щодо поліпшення ситуації зводяться до таких основних напрямів удосконалення системи аграрного кредитування:

- розширення й урізноманітнення напрямів державної підтримки процесу кредитування, зокрема створення спеціалізованого державного банку;
- розвиток кредитної кооперації в аграрному секторі, створення на її основі мережі кооперативних кредитних банків;
- створення в країні спеціального фонду гарантування кредитів для сільськогосподарських підприємств;
- розвиток іпотечного кредитування під заставу землі.

Принципове рішення щодо найперспективнішого із зазначених варіантів в Україні прийнято: у 2012 році оголошено про створення Державного земельного банку. Ця фінансова установа у формі публічного акціонерного товариства, 100% статутного фонду якого належить державі, повинна сприяти розвитку малого та середнього аграрного бізнесу за рахунок дешевих кредитів. Йдеться про кредитну ставку, яка, за різними джерелами, становитиме від 6 до 12 % річних, що удвічі менше за ставку комерційних банків.

Зважаючи на те, що в Україні упродовж тривалого часу діє механізм часткової компенсації за рахунок бюджетних коштів плати за кредити, отримувані підприємствами АПК, йдеться не стільки про здешевлення позик, скільки про розширення можливостей їх отримання.

мання. У концепції Державного земельного банку зазначено, що він використовуватиме різноманітні види застави за кредити, активно співпрацюватиме з комерційними банками України в частині рефінансування, надання та отримання гарантій, а також братиме на себе частину ризиків, пов'язаних із кредитуванням аграріїв [214]. Досягнення задекларованих цілей буде можливе у разі розширення переліку майна та інших цінностей, що можуть використовуватися сільськогосподарськими підприємствам як застава. Співпраця з банком значної кількості сільгоспвиробників підвищуватиме ліквідність застави, тобто дасть змогу одержати більшу позику на заставлені цінності.

Слід зазначити, що створення Державного земельного банку не заперечує можливостей розвитку інших варіантів аграрного кредитування, наприклад, у формі кредитної кооперації. Щоправда, варіанти з кооперацією чи створенням фонду гарантування кредитів залишаються більше гіпотетичними, тоді як створення ПАТ “Держзембанк” набуває реальних обрисів.

Діяльність Державного земельного банку дає змогу запровадити в Україні систему кредитування під заставу землі. Необхідність і доцільність такого кредитування давно й широко обговорюється серед вітчизняних економістів, отримали від них загалом позитивну оцінку. Водночас наголошується на необхідності державного контролю над відповідним процесом для уникнення можливих негативних соціально-економічних наслідків. Управління заставними операціями банком, який повністю контролюється державою та співпрацює з великою кількістю сільгоспвиробників, є ключовою передумовою вирішення цієї проблеми.

Детальніше розглянемо питання про визначення вартості застави у разі іпотечного кредитування агровиробників. Алгоритм визначення ринкової вартості сільськогосподарських угідь, на основі якої може бути визначена вартість застави, набуде чітких обрисів лише після формування ринку землі. Сьогодні площа угідь у власності засновників переважної більшості сільськогосподарських підприємств (площа паїв, що належать власникам підприємств і можуть бути використані як заставлене майно) є доволі невеликою. Відповідно відносно невеликою буде й вартість застави, а отже, іпотечне кредитування не відіграватиме помітної ролі у вирішенні проблеми інвестування сільськогосподарських підприємств.

Перспективнішим варіантом вважаємо розвиток іпотечного кредитування під заставу права оренди землі [291, с. 201]. Заставною цінністю тут виступає право використання на засадах оренди земельних масивів, придатних для ведення на них інтенсивного товарного виробництва сільськогосподарської продукції у великих обсягах. Зважаючи на зростання конкуренції між потужними сільгоспвиробниками за доступ до використання земельних ресурсів, можливість створення такого кредитування набуває реальних обрисів.

Заставна вартість права оренди, а отже, й обсяг кредитування, залежатиме від потенційної вигоди, яку можна отримати від використання упродовж року одиниці площі сільгоспугідь, й терміну оренди земельних паїв. Потенційний рівень економічної вигоди, вважаємо, повинен визначатися на основі результатів господарювання кращих сільськогосподарських підприємств регіону. За нашими розрахунками, він може бути усереднено оцінений до 1 тис. грн чистого прибутку з розрахунку на 1 га орендованих угідь. Термін оренди визначається умовами договорів оренди, які уклав позичальник кредиту. Триваліший термін оренди, як зазначено, є ознакою вищого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Він же дає змогу взяти більший обсяг кредиту під заставу права оренди землі, тобто планувати реалізацію масштабнішого інноваційного проекту.

Серед інших варіантів інвестування сільськогосподарських підприємств виділяються лізингові операції. Вони є однією з найпрогресивніших форм підвищення матеріально-технічної оснащеності сільського господарства [96, с. 177]. Їх застосування сприятиме значному розширенню можливостей технічного переозброєння підприємств галузі, що є ключовим елементом переважної більшості конкурентних стратегій. Накопичений вітчизняний досвід лізингових операцій в аграрному секторі дає змогу формувати пропозиції щодо заходів, спрямованих на їх удосконалення. Не ставлячи за мету детальний розгляд відповідних пропозицій (ці питання ґрунтовно опрацьовані в публікаціях багатьох вітчизняних економістів), зазначимо, що вкрай важливо створити умови для розширення доступу малих і середніх сільськогосподарських підприємств до лізингових операцій.

Процес інвестування передбачає вкладання коштів не тільки в основні засоби, а й у приріст запасів товарно-матеріальних цінностей. Результатом цього приросту в сільському господарстві буде збільшення виробничих витрат на 1 га посівної площі, одиницю поголів'я

тварин, яке відображає підвищення рівня інтенсифікації виробництва. Проведені нами дослідження у розрізі сільськогосподарських підприємств Львівської області, які звітують за формою № 50-сг, показали наявність прямого й доволі виразного за тіснотою зв'язку між рівнем інтенсифікації виробництва в основних сільськогосподарських галузях (факторна ознака) та урожайністю культур й продуктивністю тварин, що виступають результативною ознакою (табл. 4.4). Із досліджуваної сукупності (204 агропідприємства) в окремих випадках як нетипові були вилучені одиничні об'єкти. Зокрема, в аналізі показників галузі свинарства не враховані дані підприємств, у яких середньорічне поголів'я свиней становило менше ніж 10 голів.

Таблиця 4.4

Залежність між виробничими витратами на 1 га посівної площі та одиницю поголів'я тварин (грн, x) і урожайністю сільськогосподарських культур та продуктивністю тварин (ц/га, ц/голову, Y) в агропідприємствах Львівської області, 2011 р.*

Продукція	Рівняння регресії	Коефіцієнт регресії
Озима пшениця	$Y_x = 9,23 + 0,0060x$	0,672
Яра пшениця	$Y_x = 9,07 + 0,0060x$	0,624
Жито	$Y_x = 12,04 + 0,0026x$	0,549
Гречка	$Y_x = 5,76 + 0,0016x$	0,573
Кукурудза на зерно	$Y_x = 10,83 + 0,0083x$	0,785
Ярий ячмінь	$Y_x = 7,65 + 0,0054x$	0,594
Овес	$Y_x = 9,83 + 0,0041x$	0,638
Озимий ріпак	$Y_x = 6,09 + 0,0026x$	0,742
Цукрові буряки	$Y_x = 24,84 + 0,0316x$	0,817
Картопля	$Y_x = 123,24 + 0,0039x$	0,419
Приріст великої рогатої худоби	$Y_x = 0,965 + 0,0002x$	0,539
Приріст свиней	$Y_x = 0,290 + 0,0005x$	0,546
Молоко	$Y_x = 7,408 + 0,0033x$	0,830

* Розраховано за даними форми звітності № 50-сг у сукупності сільськогосподарських підприємств області, що звітують за цією формою.

Водночас аналіз рівнянь регресії свідчить, що просте збільшення виробничих витрат не забезпечує їх окупності. Наприклад, за наведеними в табл. 4.4 даними збільшення витрат на 1 га посівів озимої пшениці на 100 грн дало змогу у 2011 році підвищити її урожайність на 0,6 ц/га. За середньої реалізаційної ціни 1 ц пшениці у 136 грн приріст товарної продукції не покриває приросту витрат, і така ситуація простежується практично щодо всіх основних видів продукції. Для досягнення бажаного ефекту кошти повинні бути вкладені в оптимальну комбінацію виробничих чинників, тобто супроводжуватися застосуванням прогресивних технологій. Отже, підтверджується теза про необхідність орієнтації в реалізації інвестиційних стратегій у сільськогосподарських підприємствах на їх інноваційний розвиток.

Перспективність інноваційних стратегій з використанням позичених і залучених коштів розглянемо на прикладі сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю “Горуцьке” Миколаївського району Львівської області. За багатьма параметрами воно підпадає під категорію середньостатистичних для регіону. Останніми роками господарство було прибутковим, однак через брак фінансових ресурсів показники його технологічної ефективності залишалися доволі низькими, зменшувалися поголів'я великої рогатої худоби й обсяги виробництва продукції тваринництва, не спостерігалось зростання його доходів.

Порівняємо фактичні показники діяльності СТЗОВ “Горуцьке” у 2011 році з двома гіпотетичними варіантами доходів: з використанням позичених коштів (кредиту), що дасть змогу поліпшити фінансування виробництва основних видів сільськогосподарської продукції й збільшити обсяги виробництва товарної продукції, та з використанням залучених коштів стратегічного інвестора, що дозволить модернізувати молочнотоварну ферму, суттєво підвищити рівень інтенсифікації виробництва в інших основних галузях у досліджуваному підприємстві (табл. 4.5). Розрахунки наведені в масштабах цін 2011 року.

Досліджуване підприємство у 2011 році отримало короткотерміновий кредит в обсязі 150 тис. грн і вчасно повернуло позику. Однак її було вочевидь замало для забезпечення достатньо високого рівня інтенсифікації виробництва. Зокрема, витрати з розрахунку на 1 га посівної площі зернових врожаю 2011 року були удвічі меншими за середній у Львівській області показник, на 1 га ріпаку – меншими у 3,7 раза, на одну корову молочного стада – у 2,6 раза. Наслідком були

доволі низькі показники урожайності основних культур і продуктивності тварин.

Таблиця 4.5

Економічні показники функціонування СТзОВ “Горуцьке” за реалізації різних інвестиційних стратегій*

Показник	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора
Площа с.-г. угідь, га	1009	1009	1009
в т.ч. ріллі	538	538	538
Грошові надходження від реалізації с.-г. продукції, тис. грн	1740	2540	3800
Обсяг реалізації, ц:			
зерна	3475	4600	6800
картоплі	1671	4000	6000
ріпаку	641	1020	1320
овочів	1723	1723	1800
молока	1334	1650	3600

* Власні розрахунки.

За рахунок удосконалення системи кредитування сільськогосподарських підприємств обсяг кредиту, наданого СТзОВ “Горуцьке”, міг би бути збільшений до 650 тис. грн завдяки зростанню обсягу заставленого майна, яке перебуває на балансі підприємства. Допускаємо також можливість одержання позики під заставу права оренди 538 га ріллі. Для залучення зазначеної суми позики потрібно не лише розвинути систему аграрного кредитування, а й помітно змінити менталітет усіх учасників інвестиційного процесу: сьогодні ні кредитні установи, ні менеджмент основної маси сільськогосподарських підприємств не готові до настільки радикальної зміни відносин.

Наведений в табл. 4.5 обсяг виручки від реалізації продукції товариством “Горуцьке”, який міг би бути отриманий завдяки збільшенню обсягів фінансування поточного виробництва на 500 тис. грн (дод. Ц), визначений на основі опрацювання технологічних карт, розроблених у Львівському національному аграрному університеті. У варіанті із залученням коштів стратегічного інвестора передбачено

вкладання їх у відродження молочнотоварної ферми (придбання високопродуктивних телиць, певну модернізацію виробництва) та в зміцнення матеріально-технічної бази галузі рослинництва. За нашими розрахунками, обсяг інвестицій у молочнотоварну ферму повинен становити близько 1 млн грн, причому варто розраховувати на державну фінансову підтримку в рамках цільової програми. Для визначення очікуваного ефекту у формі виручки орієнтувалися на показники передових сільськогосподарських підприємств регіону. Підкреслюємо, що варіант із залученням коштів стратегічного інвестора є суто гіпотетичним, оскільки на час проведення дослідження керівництво підприємства такі плани не розробляло.

4.3. Планування диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств

Сільськогосподарські підприємства, за невеликим винятком, використовуючи земельні й трудові ресурси, технічні засоби широкого призначення, можуть планувати та здійснювати на практиці виробництво різних видів продукції, виконання робіт та надання послуг. Структура доходів окремих підприємств нерідко динамічно змінюється, що відбувається не лише за рахунок кількісних змін у вже здійснюваних видах діяльності, а й завдяки спробам розвивати нові їх види. Такі спроби відображають зусилля підприємства, спрямовані на його пристосування до конкурентного середовища, і вони складають зміст диверсифікації діяльності суб'єкта господарювання.

У другому розділі зазначено, що стратегії диверсифікації є однією з основних груп конкурентних стратегій підприємства. Множинність стратегій диверсифікації пов'язана з можливістю її здійснення в найрізноманітніших напрямках, адже, погоджуючись із В. Ткачуком, підкреслимо, що відповідний процес “охоплює не лише виробництво, а й усі фактори виробництва, ринку, системи господарювання” [203, с. 15].

Прийняття рішення щодо диверсифікації діяльності підприємства є елементом стратегічного планування його розвитку, оскільки, як правило, йдеться про заходи, реалізація яких націлена на тривалу віддачу й потребує значних витрат. Плануючи відповідні заходи,

суб'єкт господарювання оцінює очікувані вигоди, порівнює їх із необхідними витратами, встановлює наявність ресурсів, потрібних для втілення таких планів.

Серед основних причин, які спонукають господарюючих суб'єктів до диверсифікації їх діяльності, традиційно виділяють намагання зменшити (контролювати, розподіляти) ризики та одержання додаткових доходів завдяки повнішому й ефективнішому використанню наявних ресурсів, виходу на нові ринки [268, с. 220]. Ці основні причини на практиці конкретизуються в низку цілей різного характеру. Наприклад, прагнення зменшити технологічні ризики може передбачати реалізацію диверсифікаційного проекту екологічного характеру. Керівники підприємств, розглядаючи варіанти диверсифікації, можуть ставити перед собою певні соціальні цілі (збільшення кількості робочих місць, розвиток соціальної інфраструктури тощо), які не забезпечують прямої економічної вигоди, але сприяють формуванню позитивного іміджу, здобуттю підтримки з боку органів влади, отриманню інших преференцій. До диверсифікаційних проектів сільськогосподарських підприємств М. Корінко пропонує відносити вкладання коштів в оренду землі [86, с. 125]. Такі операції спрямовані на завоювання більшої частки ринку оренди сільгоспугідь, що виступає однією з основних цілей конкуренції між агропідприємствами.

Як відомо, диверсифікація виробництва в сільськогосподарських підприємствах дає змогу знизити їх залежність від несприятливих погодних умов чи невігідних для виробників коливань ринкової кон'юнктури. У цьому проявляється концепція зниження ризиків через мінімізацію збитків. Доходи від виробництва одних видів сільськогосподарської продукції можуть покрити збитки від виробництва інших, що виникли внаслідок загибелі врожаю чи різкого зниження цін у разі надлишкової пропозиції. У нашому випадку уникнення (зменшення) ризиків пов'язане з виробництвом інших видів сільськогосподарської продукції, тобто з концентричною диверсифікацією.

Зниженню непередбачуваних ризиків, пов'язаних із погодними умовами й зумовленими ними коливаннями ринкової кон'юнктури, сприяє раціональне поєднання в сільськогосподарських підприємствах рослинницьких і тваринницьких (зокрема, скотарства) галузей. Однак, як свідчить практика, присутність у виробничій програмі агропідприємств скотарства далеко не завжди забезпечує формування очікуваних конкурентних переваг. Такого висновку доходимо на ос-

нові опрацювання результатів функціонування сільськогосподарських підприємств Львівської області.

У процесі дослідження ставилися завдання підтвердити чи спростувати певні припущення щодо потенційних вигод від розвитку скотарства в сільськогосподарських підприємствах. Зокрема, висловлювалося припущення, що підприємства, в економіці яких важливе місце займає галузь скотарства, демонструють вищі показники урожайності основних культур завдяки формуванню раціональної сівозміни, використанню органічних добрив. Інше припущення полягало в тому, що підприємства, які утримують худобу, мають змогу мінімізувати ризики в зерновиробництві. Зерно низької якості може бути перероблене на концентровані корми. Так само може бути використаний надлишок продукції порівняно з ринковим попитом, який формується в особливо урожайні роки. Отож, сільськогосподарське підприємство завдяки розвитку тваринництва має змогу диверсифікувати використання зерна, а критерієм, що ілюструє відповідні вигоди, виступає відносно висока середня ціна його продажу.

Із загальної сукупності агропідприємств Львівської області відібрані господарства, в яких у 2011 році поголів'я великої рогатої худоби становило не менше ніж 70 голів. Опрацьовані дані 39 підприємств (19% від їх кількості в досліджуваній сукупності), хоча в недалекому минулому виробництво продукції скотарства належало до основних галузей у більшості агропідприємств регіону. За результатами аналізу (табл. 4.6) висунуті припущення щодо вигод від розвитку скотарства спростовані. Вибіркова сукупність підприємств (із розвинутим скотарством) доволі точно репрезентує генеральну сукупність за територіальним розміщенням, тому на отримані результати не впливає чинник якості угідь.

Для Західної України характерна доволі висока частка природних кормових угідь у структурі сільськогосподарських угідь. Розвиток скотарства дає змогу організувати раціональне їх використання, що в підсумку повинно позитивно позначитися на показниках виручки з розрахунку на 1 га земельної площі. Однак наведені в табл. 4.6 дані свідчать, що й це не спостерігається. Тому закономірно, що випадки диверсифікації, пов'язані з розвитком (відродженням) у сільськогосподарських підприємствах скотарства, зустрічаються доволі рідко, незважаючи на зусилля держави (декларовані й підкріплені певними економічними важелями), спрямовані на активізацію такої ді-

яльності. Водночас досвід передових підприємств свідчить, що за належного фінансування, грамотного використання існуючих форм державної підтримки диверсифікація, пов'язана з розвитком скотарства, є цілком реальним варіантом створення конкурентоспроможного агровиробництва.

Таблиця 4.6

Залежність результатів функціонування сільськогосподарських підприємств Львівської області від присутності в їх виробничій програмі галузі скотарства, 2011 р.*

Показник	Підприємства області	Підприємств із розвиненим скотарством**
Середня урожайність, ц/га: зернових	41,5	34,6
озимого ріпаку	21,8	15,4
цукрових буряків	415,8	371,3
Середня ціна реалізації 1 ц зерна, грн	148,66	145,58
Одержано виручки від реалізації сільськогосподарської продукції на 1 га сільськогосподарських угідь, грн	7492***	3688

* Розраховано за даними форми звітності № 50-сг в сукупності сільськогосподарських підприємств області, що звітують за цією формою.

** Підприємства з поголів'ям великої рогатої худоби більше ніж 70 голів.

*** Вилучені як нетипові підприємства, які не мали чи майже не мали в користуванні сільгоспугідь, однак отримали значні надходження від реалізації сільськогосподарської продукції.

Уникнення (зменшення) ризиків, безумовно, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства як його здатності до продовження рентабельної діяльності. Однак цей мотив досить рідко використовують вітчизняні сільськогосподарські підприємства як аргумент на користь розширення асортименту продукції. Додатковим свідченням, вважаємо, є дуже скромні масштаби участі підприємств галузі в операціях страхування. Звісно, це пов'язано насамперед з фінансовими проблемами виробників, а не з ретельним прорахунком можливих варіантів. Тому напрошується такий висновок: сільгосп-підприємства, вносячи зміни у свою спеціалізацію, орієнтуються насамперед на поточну ринкову кон'юнктуру, а не на забезпечення ста-

більшого розвитку в тривалій перспективі. Варто зазначити, що в середовищі підприємств галузі не є рідкістю протилежний до диверсифікації процес – дедиверсифікація, який полягає в згортанні виробництва окремих видів продукції.

Щодо економічних вигод, то диверсифікація виробництва в сільськогосподарських підприємствах сприяє збільшенню доходів завдяки раціональнішому використанню земельних і трудових ресурсів, залученню в господарський обіг місцевих джерел сировини, відходів основної діяльності. Саме такі міркування переважають в плануванні менеджерами підприємств галузі урізноманітнення їх діяльності. Відповідні варіанти пов'язані як із концентричною (в основній галузі), так і з конгломератною (позааграрним виробництвом) диверсифікацією. Зауважимо, що такі плани нерідко пов'язані з підвищеними ризиками, адже доводиться планувати виробничі процеси й виходити на ринки, де персонал підприємств не має достатнього досвіду, напрацьованих зв'язків. Отже, спостерігається певне протиріччя між двома основними цілями диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств.

Найчастіше процес диверсифікації в рамках основної діяльності проявляється у спробі організувати виробництво нового виду рослинницької продукції. Сільськогосподарські підприємства розширюють асортимент вирощуваних технічних культур, збільшується кількість виробників, які проявляють інтерес до картоплі, овочів, плодкових насаджень. Новації стосуються не лише рослинницьких галузей загалом (ріпаківництва, овочівництва тощо), а й окремих видів культур, що урізноманітнює асортимент товарної продукції, передбачає вихід на нові сегменти ринку. Із виробництвом продукції рослинництва пов'язані різноманітні варіанти диверсифікації її використання – на переробку (вертикальна пряма диверсифікація), формування власних насінневих ресурсів (вертикальна зворотна диверсифікація), для виробничого споживання в тваринницьких галузях (горизонтально інтегрована диверсифікація).

Значно рідше зустрічається концентрична диверсифікація в рамках сільськогосподарського підприємства, пов'язана з виробництвом продукції тваринництва. Згадані труднощі з розвитком скотарства мають не лише суто економічні причини (необхідність залучення значних коштів, тривалий період окупності, несприятливі цінові чинники), а й пов'язані з втратою сільськогосподарськими підприєм-

ствами кадрового та матеріально-технічного потенціалу, необхідного для реалізації відповідних диверсифікаційних проектів. Не можна вважати прикладом концентричної диверсифікації становлення й швидкий розвиток низки птахівничих підприємств і свинокомплексів, адже задіяні для реалізації відповідних проектів ресурси, як правило, надходили ззовні. У нашому випадку йдеться про успішну конгломератну диверсифікацію з боку бізнесових структур, які вирішили вкласти кошти у відповідні галузі аграрної економіки.

Урізноманітнення виробництва сільськогосподарської продукції є основною (за частотою й обсягами фінансування), але не єдиною формою виробничої диверсифікації діяльності аграрних підприємств. Загальноприйнятою є думка про можливість і доцільність розвитку в цих підприємствах несільськогосподарської діяльності, що підпадає під визначення конгломератної та, в окремих випадках, прямої вертикальної диверсифікації. Вона сформувалася на основі концептуального положення, що перспективи українського села пов'язуються з його багатофункціональним розвитком.

Досвід економічно розвинутих країн свідчить, що для формування сприятливого соціального середовища на сільських територіях розміщуються підприємства агросервісу, харчової та переробної промисловості, сфери послуг, рекреаційного бізнесу тощо. Часто агросервісні й переробні підприємства в цих країнах утворені на основі фермерської кооперації і є джерелами додаткових доходів для їх засновників. У затвердженій Кабінетом Міністрів України Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року задеклароване сприяння диверсифікації підприємницької діяльності в сільській місцевості, розвитку сільського туризму, відродженню підсобних промислів і ремесел [40]. Диверсифікація є однією з основ формування альтернативних джерел зайнятості сільського населення із наступним зниженням безробіття, підвищення доходів населення тощо [245, с. 9].

В Україні параметри несільськогосподарської діяльності на селі поки що не відповідають суспільним інтересам, і її розвиток – об'єктивна необхідність. Звичайно, здійснюватиметься він не лише на базі сільськогосподарських підприємств. Більше того, спостерігається посилення конкуренції між агропідприємствами та представниками інших форм малого й середнього підприємництва, що намагаються знайти свою бізнесову нішу в сільській місцевості. З урахуванням цих

обставин розглянемо перспективи реалізації диверсифікаційних проєктів, що виходять за рамки основної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Варіантом прямої вертикальної диверсифікації в аграрних підприємствах є організація ними переробки на власних та орендованих потужностях сировинної сільськогосподарської продукції. В Україні успішні приклади такої диверсифікації є практично в усіх регіонах. Найпоширеніші її варіанти – внутрігосподарська переробка зерна (виробництво борошна, круп, концентрованих кормів), соняшнику, винограду, овочів, виробництво м'ясопродуктів, хлібопродуктів. Продукти переробки підприємства реалізують переважно місцевим жителям, часто створюючи для цього власну торговельну мережу.

Загалом в Україні обсяг переробки більшості видів сільськогосподарської продукції відносно обсягу її виробництва є невеликим (табл. 4.7). Відповідну діяльність, як свідчить практика, успішно здійснюють насамперед великі підприємства, спроможні виділити достатні кошти на її фінансування. Уточнимо, що не слід вважати проявом виробничої вертикальної диверсифікації переробку сільськогосподарської продукції на давальницьких умовах, адже вона здійснюється іншими підприємствами.

Перспективність окремих напрямів прямої вертикальної диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств є неоднаковою. Зокрема, варто звернути увагу на серйозні проблеми, що супроводжують розміщення в переважній більшості сільськогосподарських підприємств переробки молока і худоби. На невеликих переробних цехах дуже складно забезпечити дотримання стандартів якості продукції та охорони довкілля [251, с. 499]. Часто у них допускають значні порушення передбачених в Україні санітарно-гігієнічних норм, не кажучи вже про норми ЄС, до інтеграції з яким прагне наша країна. Сьогодні на ринках м'ясної та молочної продукції спостерігаємо дуже гостру конкуренцію, внаслідок чого зменшується кількість виробників продукції, відбувається концентрація виробництва на великих підприємствах, оснащених сучасним обладнанням, де працює кваліфікована маркетингова служба. Є підстави для твердження, що такі процеси продовжуватимуться, і вони, очевидно, ускладнюють перспективи організації переробки продукції тваринництва на власних потужностях сільськогосподарських підприємств.

Таблиця 4.7

**Переробка в сільськогосподарських підприємствах України у власних (орендованих) цехах
власно виробленої продукції***

Продукція	2008 р.		2009 р.		2010 р.		2011 р.		2011 р. до 2008 р.	
	т	до обсягу виробництва, %	т	до обсягу виробництва, %	т	до обсягу виробництва, %	т	до обсягу виробництва, %	обсяг переробки, %	частка в обсязі виробництва, +/- п.
Велика рогата худоба	16713	8,4	10251	5,4	9471	5,4	7013	4,1	42,0	- 4,3
Свині	25442	8,4	38651	11,2	50913	12,4	60736	13,4	238,7	5,0
Молоко	11803	0,6	14281	0,6	14076	0,6	11592	0,5	98,2	- 0,1
Зерно	377068	0,9	467954	1,3	515897	1,7	512437	1,2	135,9	0,3
з нього – на борошно	130269	0,3	182895	0,5	121274	0,4	121155	0,3	93,0	0
на крупи	31795	0,1	51032	0,1	74145	0,2	57919	0,1	182,2	0
Насіння соняшнику	25721	0,5	27338	0,5	21467	0,4	18845	0,3	73,3	- 0,2
Виноград	101160	35,9	97346	31,4	89313	34,3	107672	32,0	106,4	- 3,9
Овочі	35602	3,2	35077	3,6	35123	2,3
Плоди і ягоди	3844	1,8	677	0,2	137	0,05

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами” за відповідні роки та джерела [181].

Ці перспективи значно зростають, якщо продукт переробки буде диференційований від представлених на ринку аналогічних товарів, передбачатиметься його пропозиція для певного цільового сегмента. Прикладом такого бізнес-проекту є створення у приватно-орендному сільськогосподарському підприємстві ім. Шевченка Горохівського району Волинської області міні-заводу з виробництва молочної продукції. Для реалізації проекту господарство отримало статус виробника дитячого та дієтичного харчування, встановило обладнання ізраїльської фірми “TESSA”, що було виготовлене на індивідуальне замовлення. Загальна вартість міні-заводу – 8 млн грн, ще більшу суму довелося вкласти в модернізацію молочнотоварних ферм. Господарство виробляє з власної сировини молоко, кефір та сметану, які під торговою маркою “Угринів-молоко” реалізовує в районному та обласному центрах. Зазначимо, що реалізація цього бізнес-проекту – це швидше виняток, аніж реальна можливість диверсифікації для широкого кола сільгоспвиробників. Така діяльність потребує значних фінансових витрат і серйозних маркетингових зусиль для просування продукції на ринки. Держава декларує можливість підтримки схожих проектів, однак далеко не завжди здійснює в цьому напрямі вагомі кроки.

Дедалі частіше переробні підприємства для забезпечення сировиною налагоджують виробництво продукції тваринництва у власних підрозділах. Завдяки такій практиці останніми роками помітно зростає внутрігосподарська переробка свинини. Тут йдеться не про пряму вертикальну диверсифікацію сільськогосподарських підприємств, а про зворотну вертикальну диверсифікацію підприємств переробних галузей. Останні, маючи змогу виробляти якісну продукцію широкого асортименту, закріплюють свої конкурентні переваги диверсифікацією сировинної бази.

Доволі перспективним є використання в сільськогосподарських підприємствах устаткування для виробництва борошна та круп. Окрім переробки й реалізації власної продукції, підприємства отримують доходи й від надання послуг з переробки зерна населенню, яке тепер вирощує зернові культури на значних площах. Зернопереробка, зорієнтована на задоволення регіональних потреб, залишається бізнесовою нішею, в якій сільськогосподарські підприємства мають великі шанси на успішну діяльність.

Не можна висловити однозначних міркувань щодо перспектив розвитку в сільськогосподарських підприємствах промислового виробництва, не пов'язаного з основною їх діяльністю (конгломератної диверсифікації). За часів існування колгоспів і радгоспів її потенціал оцінювався дуже високо. Найпоширенішими варіантами були деревообробка та виробництво будівельних матеріалів, практикувалися й інші види діяльності. На думку В. Ткачука, і в сучасних умовах сільськогосподарським підприємствам необхідно створювати пілорами, підрозділи з виробництва швейних виробів, будівельних матеріалів, меблів, переробки скла, перукарні, майстерні з ремонту одягу, взуття, ремонту побутової техніки [203, с. 205].

Однак слід враховувати, що економічні умови для здійснення такої діяльності принципово змінилися. До 90-х років минулого століття конгломератна диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств відбувалася в умовах практично повної відсутності конкурентної боротьби у сфері збуту відповідної продукції. Сьогодні ж на більшості сегментів ринку, на які могли б вийти сільгосппідприємства в результаті такої диверсифікації, вже присутня значна кількість суб'єктів підприємницької діяльності, що створюють високий рівень конкуренції. Ці суб'єкти демонструють високу підприємливість, гнучкість, нерідко орендують виробничі приміщення в сільськогосподарських підприємствах. Варто врахувати, що держава декларує наміри поетапно звільняти сільських жителів, що вперше реєструються для провадження підприємницької діяльності у сільській місцевості, від окремих видів оподаткування на термін до трьох років [40, с. 8]. Отже, вона демонструє готовність підтримати розвиток на сільських територіях насамперед самостійної підприємницької діяльності окремих осіб, що за рахунок посилення конкуренції також ускладнює перспективи конгломератної диверсифікації аграрних підприємств [268, с. 221].

Наведені міркування аж ніяк не свідчать про безперспективність чи непотрібність виробничої несільськогосподарської діяльності аграрних підприємств. Не відкидаючи жодного варіанта диверсифікації, пов'язаної з виробництвом цими підприємствами промислової продукції, зазначимо, що перспективними вони будуть за умови достатньої сировинної бази, забезпечення високих стандартів якості продукції, організації ефективної системи збуту. Розглядаючи можливість

реалізації відповідних проектів конкретними підприємствами, слід проаналізувати низку зовнішніх і внутрішніх чинників.

Розпочинають з аналізу зовнішніх чинників, які зазвичай стосуються ринкової кон'юнктури. Фахівцям необхідно вивчити рівень попиту на сегментах ринку, на які планує вийти підприємство, динаміку пропозиції та особливості її формування, вимоги споживачів до продукції, зокрема до її якості, цінову ситуацію, умови реалізації. Це дасть змогу окреслити потенційний обсяг пропозиції власної продукції, необхідні її споживчі параметри, умови реалізації. Аналіз зазначених чинників надзвичайно важливий, адже помилки в оцінці ринкової кон'юнктури, як відомо, належать до основних причин невдачі бізнес-проектів. Тому у великих сільськогосподарських підприємствах, де диверсифікація діяльності віднесена до ключової конкурентної стратегії й визначає перспективи розвитку суб'єкта господарювання, має бути створена маркетингова служба, яка здійснюватиме моніторинг ринку, обґрунтовуватиме зміни в асортименті й каналах реалізації продукції.

Якщо зовнішні чинники дають змогу організувати промислове виробництво, вивчають внутрішні чинники, які переважно зводяться до наявності у підприємства ресурсів і технічних можливостей. Зокрема, слід з'ясувати:

- рівень забезпечення сировиною з необхідними якісними характеристиками;
- наявність (доступність) обладнання, на якому можна виробляти продукцію достатньо високої якості та в асортименті відповідно до вимог споживачів;
- можливість залучення кваліфікованих працівників;
- здатність організувати збут продукції;
- здатність забезпечити фінансування проекту.

Встановивши наявність сприятливих для реалізації проекту зовнішніх і внутрішніх чинників, визначають очікуваний економічний ефект, прораховуючи відповідні витрати й вигоди. Рекомендується при цьому застосовувати класичну методику оцінки ефективності інвестиційних проектів із розрахунком відповідних критеріїв – чистого приведенного доходу, рентабельності інвестицій, терміну окупності тощо.

З огляду на ймовірні труднощі з вивченням ринкової кон'юнктури, організацією збуту продукції до найперспективніших

напрямів виробничої диверсифікації сільськогосподарських підприємств відносять ті, які зорієнтовані на задоволення потреб місцевого населення [251, с. 500]. Повертаючись до наведених аргументів, ми не схильні надто оптимістично оцінювати перспективи організації сільськогосподарськими підприємствами побутового обслуговування населення. Натомість недостатньо, вважаємо, використовуються можливості з надання ними послуг у сільському господарстві. Як свідчать наведені в табл. 4.8 дані, їх обсяг у динаміці зростає, рівень рентабельності характеризується тенденцією до підвищення, хоча частка доходів від їх надання у надходженнях від сільськогосподарської діяльності (реалізації відповідної продукції і послуг) агропідприємств залишається невисокою.

Таблиця 4.8

Динаміка надання послуг у сільському господарстві сільськогосподарськими підприємствами України*

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2007 р., +/-
Обсяг виручки від надання послуг, млн грн	1374,5	2511,4	2377,1	2457,5	3204,8	1830,3
до надходжень від с.-г. діяльності, %	4,3	5,2	3,9	3,3	3,3	- 1,0 п.
Прибуток від надання послуг, млн грн	48,8	176,1	109,7	213,3	309,4	260,6
Рівень рентабельності, %	3,7	7,5	4,8	9,5	10,7	7,0

* Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах” за відповідні роки.

Діяльність з надання послуг досліджували на прикладі сукупності сільськогосподарських підприємств Львівської області, що звітують за формою №50-сг. Встановлено, що у 2011 році із 204 таких підприємств доходи від надання послуг сільськогосподарського характеру відобразили у звітності лише 73 підприємства, тобто близько третини від їх загальної кількості. Із них 8 підприємств від надання послуг отримали понад 20% надходжень, тобто у них ця діяльність належала до профілюючих. Ще 5 підприємств від надання послуг отримали 10-20% доходів. У переважної більшості господарств така діяльність вагомого місця в їх економіці не займала. Водночас у сфері

обслуговування сільгоспвиробників (як підприємств, так і господарств населення) залишається чимало невирішених проблем. Загалом цей напрям диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств є доволі перспективним.

Досить складно виділити певні галузі і сфери, диверсифікаційний розвиток яких у сільськогосподарських підприємствах відзначається високою ймовірністю отримати значну вигоду. Очевидно, не існує оптимального рішення, яке мало б характер універсального. Результати реалізації стратегії диверсифікації залежать від ресурсних можливостей конкретного підприємства, кон'юнктури, що склалася на локальному сегменті ринку. Плануючи диверсифікаційні проекти, важливо уникати певних шаблонів. Погоджуємося щодо цього з Л. Євчук, яка зазначає, що “помилковою думкою багатьох господарників є їх прагнення розвивати лише прибуткові види діяльності” [51, с. 210]. Йдеться, звісно, не про нарощування виробництва збиткової продукції. В обґрунтуванні диверсифікаційного проекту слід орієнтуватися на різні цілі, які можуть бути досягнуті в процесі його реалізації. Окремі з них можуть бути переведені в числові індикатори – щодо рівня чи обсягу доходів, кількості створених робочих місць, зміни технологічних показників із метою мінімізації ризиків, екологічних характеристик тощо. Прийняття рішення щодо проекту при цьому виступає багатофункціональною (векторною) задачею. Рішення буде позитивним, якщо виконуватиметься така умова:

$$K(K_1, K_2 \dots K_i \dots K_n) \geq K'(K'_1, K'_2, \dots K'_i \dots K'_n), \quad (4.1)$$

де K_i – очікуване (передбачуване) значення окремого критерію результативності проекту; K'_i – індикативне (мінімально необхідне) значення цього критерію, K і K' – синтезовані очікуваний та індикативний критерії прийнятності проекту.

Доповнення критерію прямої економічної вигоди від реалізації диверсифікаційного проекту іншими вимірниками його прийнятності сприятиме реальному зміцненню конкурентоспроможності підприємства. Втілення проекту в цьому разі переслідуватиме не лише досягнення певних локальних цілей, а й забезпечуватиме формування низки конкурентних переваг підприємства.

Зміна умов реалізації проекту може призвести до суттєвого відхилення фактичних його результатів. Ця проблема доволі актуальна для сільськогосподарського виробництва, де кінцеві результати пе-

редбачити доволі важко. Для галузі характерна висока варіація показників ефективності функціонування, що не дає змоги повністю орієнтуватися на здобутки інших сільгоспвиробників. Плануючи реалізацію проекту, зорієнтованого на концентричну диверсифікацію, важливо з'ясувати, за яких умов виробництво нового для підприємства виду продукції буде результативним і чи спроможне воно забезпечити ці умови.

Для вирішення цієї проблеми розгляд диверсифікаційних проектів з виробництва сільськогосподарської продукції пропонуємо доповнювати маржинальним аналізом, за допомогою якого встановлюють мінімальну (критичну) урожайність культур і продуктивність тварин, необхідну для досягнення беззбитковості чи прийнятної прибутковості. Методика маржинального аналізу передбачає розподіл витрат на виробництво продукції на змінні й умовно-постійні. У розрахунках використовують показник – маржинальний дохід від реалізації одиниці продукції (MR). Він є різницею між ціною реалізації та змінними витратами на виробництво одиниці продукції. Плануючи виробництво нового виду продукції, фахівці підприємства орієнтуються на певні технології й відповідні їм витрати, виходячи з наявності основних засобів, забезпеченості оборотними засобами, прийнятої системи оплати праці тощо. Рівень урожайності сільськогосподарської культури (продуктивності тварин), за якого виробництво відповідного виду продукції буде беззбитковим, визначають, використовуючи формулу

$$Y = \frac{FC}{MR} + K = \frac{FC}{P - \frac{VC}{Y}} + K, \quad (4.2)$$

де Y – розрахункова врожайність культури, ц/га (продуктивність тварин, ц); FC – постійні витрати на виробництво товарної продукції з розрахунку на 1 га (одиницю поголів'я), грн; VC – змінні поточні витрати з розрахунку на 1 га посівів (одиницю поголів'я), грн; P – ціна 1 ц продукції, грн; K – кількість продукції, яку необхідно залишити на внутрігосподарські потреби з розрахунку на 1 га (голову), ц.

Постійні витрати (FC) містять і розподілені на товарну продукцію накладні витрати (адміністративні, на збут тощо). Для їх визначення на практиці можна орієнтуватися на рівень перевищення повної собівартості реалізованої продукції над її виробничою собівартістю, який склався в підприємстві. Змінні витрати визначають на основі

технологічної карти та можливостей (намірів) підприємства дотримуватися передбачених технологій.

Підприємство, що планує виробництво нового виду сільськогосподарської продукції, навряд чи задовольниться досягненням нульової рентабельності. Розглядувана методика дає змогу визначити рівень урожайності культур чи продуктивності тварин, необхідний для отримання певного розміру прибутку на 1 га посівних площ чи одиницю поголів'я. Тоді використовують таку формулу:

$$Y = \frac{R + FC}{P - \frac{VC}{Y}} + K, \quad (4.3)$$

де R – розмір прибутку із розрахунку на 1 га посівів (одиницю поголів'я тварин), грн.

Встановивши рівень урожайності культури чи продуктивності тварин, необхідний для одержання передбаченої проектом економічної ефективності, оцінюють реальність його досягнення в господарстві. Для цього вивчають показники урожайності та продуктивності тварин, отримані іншими агропідприємствами району, що застосовують схожі технології.

Продемонструємо використання описаної методики для визначення урожайності озимого ріпаку, вирощування якого виступає диверсифікаційним проектом в одному зі сільськогосподарських підприємств Сокальського району Львівської області. Для отримання вихідної інформації опрацьовані типові технологічні карти, результати вирощування озимого ріпаку в підприємствах району у 2011 році, особливості організації виробництва продукції рослинництва в досліджуваному підприємстві. Встановлено, що виробничі витрати на 1 га посівів озимого ріпаку в зазначеному році можуть бути прийняті на рівні 4000 грн. Із них на змінні витрати припадає 2860 грн, на умовно-постійні – 1140 грн. З урахуванням розподілених на товарну продукцію накладних витрат відповідно до особливостей досліджуваного підприємства умовно-постійні витрати на 1 га посівів озимого ріпаку становлять 1600 грн. Приймавши, що бажаним є отримання на 1 га посівів не менше 400 грн прибутку, середня ціна реалізації 1 ц озимого ріпаку підприємствами району у 2011 році становила 414 грн, а на насіння з розрахунку на 1 га слід виділити 1 ц продукції, на основі формули (4.3) отримаємо:

$$y = \frac{400 + 1600}{414 - \frac{2860}{y}} + 1.$$

За розрахунками, необхідна для досягнення поставлених умов урожайність озимого ріпаку становить 12,2 ц/га. Виходячи з існуючих природно-кліматичних умов, для досліджуваного підприємства є цілком реальним досягнення значно вищого показника. Це свідчить про економічну доцільність реалізації проекту за умови знаходження джерела фінансування необхідних витрат.

У наведеному прикладі використані фактичні показники діяльності сільськогосподарських підприємств. Водночас розгляд диверсифікаційних проектів ставить завдання спрогнозувати результат їх реалізації з урахуванням ймовірних змін у параметрах ринкової кон'юнктури й господарської діяльності підприємства. Пропонується оцінювати очікуваний економічний результат (E) за оптимістичним, поміркованим і песимістичним сценарієм, змінюючи у відповідному напрямі показники витрат, ціни реалізації продукції, урожайності культур чи продуктивності тварин. Зробивши припущення щодо ймовірності настання кожного з варіантів (p), визначаємо середнє очікуване значення економічного результату:

$$M(E) = E_{\text{нес}} \cdot p_{\text{нес}} + E_{\text{ном}} \cdot p_{\text{ном}} + E_{\text{опт}} \cdot p_{\text{опт}}. \quad (4.4)$$

Навіть якщо фахівці підприємства й не зможуть зробити чітких припущень щодо ймовірності розвитку подій за тим чи іншим сценарієм, відповідний аналіз дасть змогу оцінити запас міцності проекту.

Високу невизначеність результатів реалізації диверсифікаційного проекту не варто сприймати як підставу для повної відмови від нього. У сільськогосподарських підприємствах цілком допустимою є концентрична диверсифікація в невеликих масштабах, яка має характер експерименту. Досить часто підприємства експериментують із вирощуванням культур (ріпаку, сої, овочів тощо). У господарствах, де збережена виробнича база тваринницьких галузей, можна створити невелику свиноферму. Навіть у разі невдачі збитки підприємства не досягнуть катастрофічних для його економіки обсягів. Така стратегія диверсифікації не справляє на перших порах помітного впливу на конкурентоспроможність підприємств, однак створює передумови для планування суттєвих змін у перспективі [268, с. 225].

Розглянуті ситуації з урізноманітненням сільськогосподарської і несільськогосподарської діяльності аграрних підприємств стосуються виробничої диверсифікації, з якою пов'язана основна частка відповідних конкурентних стратегій. Водночас підприємства галузі не повинні оминати планів, пов'язаних із реалізацією стратегії маркетингової диверсифікації. Вона стосується оптимізації процесів, пов'язаних зі збутом продукції. Втіленням такої диверсифікації є урізноманітнення каналів збуту продукції, вихід на нові географічні сегменти ринку.

Переважно рекомендації вчених щодо оптимізації збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами стосуються зменшення їх залежності від посередників. Про необхідність створення альтернативи посередницьким комерційним каналам йдеться у Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року [40, с. 18]. Розглядаючи диверсифікацію у сфері маркетингу, О. Школьний наголошує на вигідності переходу на прямий продаж споживачам сільськогосподарської продукції, яка може швидко втратити свої товарні властивості [236, с. 153]. Погоджуючись загалом із цією тезою, уточнимо, про які саме форми вигоди для сільгоспвиробників йдеться.

Пряма реалізація продукції споживачам у статистичній звітності сільськогосподарських підприємств відображається її продажем “на ринку, через власні мережі, ларки, палатки”. Натомість реалізація продукції через посередників потрапляє в графу “за іншими напрямками”. Наведені в дод. III дані свідчать, що у 2011 році на ринку та через власну торговельну мережу підприємства галузі реалізували 20,0% плодів і ягід, 7,6% овочів відкритого ґрунту та 18,8% закритого, 7,4% винограду, 21,1% баштанних культур, 4,1% картоплі. Саме ці види продукції можна вважати найперспективнішими для прямого продажу споживачам, однак відповідний напрям реалізації для переважної більшості їх виробників не є значущим. Натомість практично за всіма основними видами продукції рослинництва реалізація “за іншими напрямками” (зокрема, через посередників) є домінуючою. Менш помітною є присутність посередників у системі збуту сільськогосподарськими підприємствами худоби, однак і тут через них продається значно більше продукції, аніж на ринку та через власну торговельну мережу.

Привертає увагу інша обставина: майже за всіма основними видами продукції ціна її продажу сільськогосподарськими підприємствами на ринку, через власні мережі, ларки, палатки є відносно низькою. Відчутну цінову вигоду підприємства отримують від продажу за цими напрямками лише картоплі, винограду, окремих видів овочів відкритого ґрунту, зерняткових плодів і молока. Переважно вищою є ціна реалізації продукції через посередників. Встановлено, що така ситуація типова не тільки для 2011 року, дані за який наведені в дод. Ш.

Отже, реалізація продукції споживачам за прямими каналами не створює великих можливостей для збільшення прибутку сільгоспвиробників за рахунок встановлення контролю над цінами. Вигоду виробники отримують переважно завдяки збільшенню обсягів реалізації (особливо якщо пропускна спроможність інших каналів обмежена), встановленню тіснішого зв'язку зі споживачами, саморекламі. Без участі посередників, як правило, не обійтись, якщо підприємство планує вихід зі своєю продукцією в інші регіони (географічну маркетингову диверсифікацію).

Оптимізація виробничої програми сільськогосподарських підприємств повинна здійснюватися з урахуванням суспільних інтересів. Учені застерігають, що поглиблена спеціалізація на експортоорієнтованому виробництві зерна й насіння олійних культур несе низку загроз. Необхідно розвивати відповідні потенціалу країни тваринницькі галузі, овочівництво, плодівництво, вирощування інших трудомістких культур [131, с. 41]. Однак слід враховувати, що кожен підприємець у своїй діяльності орієнтується насамперед на власну вигоду, виходячи з ринкової кон'юнктури. Самі по собі заклики до аграріїв виробляти ті чи інші види продукції не мають сенсу. Диверсифікація системи аграрного виробництва з урахуванням суспільних інтересів можлива лише на основі реалізації за державної підтримки на національному й регіональному рівнях відповідних цільових програм.

Зважаючи на мінливість ринкової кон'юнктури, коригування суспільних інтересів, певні зміни в діяльності підприємства є постійним явищем. Тому процес диверсифікації слід розглядати як елемент методології зміцнення конкурентоспроможності підприємства, планування якого має перманентний характер. Воно передбачає постійний моніторинг ситуації, координацію діяльності різних підрозділів і служб підприємства.

4.4. Забезпечення якості сільськогосподарської продукції

Рівень конкурентоспроможності продукції визначається ставленням до неї споживачів (покупців). До основних критеріїв, які впливають на формування цього ставлення, належить якість – сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її здатність задовольняти вимоги й потреби споживачів [49, с. 923]. Висока якість продукції є одним із проявів конкурентних переваг її виробника. Відповідно обґрунтування заходів, спрямованих на формування у підприємства здатності забезпечити високі стандарти якості вироблюваної продукції, задовольняти зростаючі запити споживачів, є одним із ключових елементів методології зміцнення його конкурентоспроможності.

Якість товарів і послуг виступає одним з основних критеріїв конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності в усіх галузях. Водночас виділимо певні особливості трансформації якісних характеристик сільськогосподарської продукції у чинник конкурентоспроможності агровиробників.

На ринку постійно представлена сільськогосподарська продукція різної якості. Звичайно, обов'язковою вимогою є відповідність її характеристик певним нормативам – прийнятим у країні (на окресленому сегменті ринку) стандартам. Невідповідність хоча б одного якісного параметра чинним нормативам слід трактувати як повну неконкурентоспроможність продукції, і такий товар не повинен виставлятися на продаж. Доволі часто сільгоспвиробникам, які пропонують продукцію відносно низької якості (але таку, що відповідає стандартам), не доводиться докладати значних зусиль для її продажу. Виробник може зазнавати певних втрат у зв'язку з нижчою ціною на його продукцію, але для нього така ситуація не буде критичною. Як варіант, продукція з низькими якісними характеристиками може бути використана всередині сільськогосподарського підприємства (наприклад, згодована тваринам), тоді як представники інших галузей такої альтернативи позбавлені. Особливістю сільського господарства є відсутність гострої конкурентної боротьби між виробниками, через що, на думку О. Ульяновка, більшість із них не приділяють належної уваги якості продукції [210, с. 79].

Іншою особливістю є те, що кінцевий споживач оцінює переважно продовольчі товари – продукцію підприємств харчової проми-

словості. Більшість товарної сільськогосподарської продукції є сировиною, яка реалізовується гуртовим покупцям. В ідеалі, між останніми та сільгоспвиробниками повинна бути певна співпраця, спрямована на забезпечення високих стандартів якості продовольчих товарів, однак на практиці вона нечасто буває достатньо конструктивною.

Якщо сьогодні сформований рівень якості вітчизняної сільськогосподарської продукції може свідчити про певну рівновагу між можливостями і намірами її виробників та запитам гуртових покупців і кінцевих споживачів, то в близькому майбутньому ситуація може суттєво змінитися. На світових ринках вимоги до якості агропродовольчої продукції зростають. Членство України у Світовій організації торгівлі полегшує доступ на вітчизняні ринки продуктів іноземних виробників, які можуть завоювати прихильність наших співвітчизників вищою якістю. Кількарічний період членства України в СОТ вже дає змогу дійти певних висновків щодо перспектив конкуренції між вітчизняною й зарубіжною агропродовольчою продукцією. Українські сільгоспвиробники так і не змогли суттєво зміцнити свої позиції на зовнішніх ринках. Помітно збільшився лише експорт зерна та продукції вирощування олійних культур. Натомість нерідко звучали претензії до якості українських продуктів, передусім тваринного походження. За співвідношенням ціни та якості з урахуванням низки інституційних чинників рівень конкурентоспроможності більшості видів української агропродовольчої продукції на зовнішніх ринках залишається відносно низьким.

У процесі дослідження ситуації на внутрішньому ринку використані результати соціологічного опитування населення в областях Західної України. Респондентам було запропоновано оцінити за п'ятибальною шкалою якість продовольчих товарів вітчизняного та зарубіжного виробництва. Результати опрацювання їх відповідей наведені в табл. 4.9.

На думку респондентів, доволі помітно поступаються зарубіжним аналогам фрукти, макаронні вироби та крупи українського виробництва. Однак ця обставина не породжує суттєвих проблем для українських сільськогосподарських підприємств, оскільки слід враховувати різницю в асортименті продукції та відповідальність підприємств харчової промисловості. Якість макаронів і круп значною мірою залежить від характеристик продовольчого зерна. Як відомо, хоча Україна займає доволі помітне місце на світовому зерновому ринку,

забезпечення високої якості окремих видів продукції (зокрема, пшениці сильних сортів) залишається проблемою для наших аграріїв.

Таблиця 4.9

**Середній бал оцінки респондентами якості продовольчих товарів
(за 5-бальною шкалою, опитування 2012 року)***

Товарна група	Усі респонденти		Міські жителі		Сільські жителі	
	вітчизняне в-во	зарубіжне в-во	вітчизняне в-во	зарубіжне в-во	вітчизняне в-во	зарубіжне в-во
М'ясні продукти	3,6	3,5	3,6	3,4	3,6	3,6
Молочні продукти	3,5	3,3	3,4	3,3	3,5	3,3
Овочі	3,9	3,5	4,0	3,6	3,9	3,5
Фрукти	3,4	4,0	3,8	4,1	3,0	3,9
Макарони, крупя	3,2	4,0	3,2	4,0	3,1	4,0

* Джерело – результати власного опитування.

Наведені в табл. 4.9 дані свідчать про те, що споживачі загалом не вбачають переваг зарубіжних м'ясних і молочних продуктів, овочів над українськими. З цього приводу зауважимо, що, за твердженням окремих дослідників, значну питому вагу в продовольстві, яке споживає населення нашої країни, складає неякісна імпортна продукція, причому значну її частину завозять контрабандним шляхом [230, с. 25].

Опрацьовуючи відповіді респондентів, ми дійшли висновку, що останні не тільки оцінювали якість, а й відображали своє ставлення до продовольчих товарів вітчизняного і зарубіжного виробництва. Зважаючи на відносно низькі оцінки, можна дійти висновку, що лояльне ставлення населення регіону до вітчизняних виробників не є надто міцним. Навіть якщо сьогодні у споживачів є певні претензії до якості зарубіжних продовольчих товарів, завтра на український ринок можуть надійти партії продукції вищої якості. Імпортери здатні доволі швидко й гнучко реагувати на зміну запитів українських покупців.

Отже, ситуація може змінитися, якщо українські виробники не докладатимуть значних зусиль до підвищення якості своєї продукції, її промоції. Для цього потрібна координація зусиль усіх зацікавлених

підприємств – сільськогосподарських, переробних, гуртової та роздрібною торгівлі. Хоча безпосередню конкурентну боротьбу з імпортерами продовольства ведуть підприємства харчової промисловості, її результати не можуть не впливати й на процеси у сфері сільськогосподарського виробництва.

Які би статистичні викладки чи результати опитування не наводили, очевидно, що постійну й цілеспрямовану роботу над підвищенням якості сільськогосподарської продукції слід розглядати як один із ключових елементів стратегічного розвитку аграрного сектора економіки. Справедливим є твердження, що якість у сучасних умовах виступає обов'язковою умовою, а не відмінністю, що здатна привернути увагу споживачів [205, с. 54]. Окремі сільськогосподарські галузі України вичерпали можливості екстенсивного розвитку, і їх перспективи залежатимуть від підвищення якості продукції та зниження її собівартості. Йдеться про реалізацію так званої концепції економічного зростання без зростання [26, с. 77].

Для підвищення якості своєї продукції виробникам доводиться докладати певних зусиль, нерідко – нести значні витрати. У підсумку вони можуть розраховувати на те, що їх продукція буде реалізована за вищою ціною. Економічна ефективність заходів із підвищення якості продукції може бути визначена через порівняння приросту виручки від її продажу з приростом додаткових витрат. Поліпшити якість сільськогосподарської продукції можна, застосовуючи різноманітні технологічні, організаційно-технічні та інші важелі. Особливістю сільського господарства є те, що відповідні заходи, як правило, впливають не тільки на зміну якості продукції, а й на відхилення показників урожайності культур та продуктивності тварин [294, с. 589]. Останнє у свою чергу впливає на зміну обсягу товарної продукції. З урахуванням цього окупність витрат (OB) на заходи з поліпшення якості продукції рослинництва визначаємо за формулою:

$$OB = \frac{C_1 Y_1 - C_0 Y_0}{\Delta B_{1га}}, \quad (4.5)$$

де C_0 , C_1 – ціна 1 ц продукції базисної і поліпшеної якості; Y_0 , Y_1 – вихід товарної продукції з 1 га посівів відповідно до і після вживання заходів з поліпшення якості; $\Delta B_{1га}$ – приріст витрат на 1 га посівів, пов'язаний з реалізацією зазначених заходів.

За схожою методикою досліджуємо й окупність витрат на підвищення якості продукції тваринництва, визначаючи показники з розрахунку на одиницю поголів'я. Вважаємо, реалізація відповідних заходів повинна відбуватися й у разі близького до нульового показника окупності витрат, адже, окрім суто економічного ефекту, може йтися про отримання інших вигод – пов'язаних із поліпшенням іміджу підприємства, набуттям досвіду, удосконаленням внутрішньогосподарських виробничих відносин тощо. Крім того, не слід відкидати ймовірне посилення вимог до якості сільськогосподарської продукції в перспективі.

Реалізація системи заходів з поліпшення якості сільськогосподарської продукції може бути пов'язана зі змінами лише в поточних витратах – на придбання насінневого матеріалу, удосконалення раціонів тварин, збільшення фонду оплати праці тощо. Тоді очікуваний ефект у повному обсязі буде отриманий вже в наступному виробничому циклі, а розрахунки, передбачені формулою (4.5), не будуть надто громіздкими.

Інший варіант – для поліпшення якості продукції здійснюють капітальні вкладення. Планується реалізація інвестиційного проекту, розрахованого на тривалий ефект та з певним періодом окупності. Обґрунтування такого проекту може бути пов'язане з необхідністю опрацювання значного обсягу інформації про очікувані доходи й витрати. Критерієм економічної ефективності проекту виступають чистий приведенний дохід, рентабельність інвестицій, термін окупності, обчислення яких вимагає певної кваліфікації аналітика.

Кожне сільськогосподарське підприємство має певну альтернативу у виборі програми дій, спрямованих на підвищення якості продукції. Важливо ідентифікувати проблему й визначити, які саме параметри якості потребують поліпшення. На думку В. Збарського, слід звертати увагу на ті чинники якості, які становлять інтерес для основної групи споживачів даного товару і сприяють задоволенню потреби [59, с. 40]. Споживач відмовиться сплачувати додаткові кошти за високі якісні параметри продукції, в яких у нього немає потреби [51, с. 78]. Звісно, кінцеве рішення залежатиме й від фінансового стану підприємства, його забезпечення іншими виробничими ресурсами.

Обґрунтування відповідної програми дій передбачає встановлення залежності між вжитими заходами (понесеними витратами) і досягнутим результатом. Практика свідчить, що встановити цю за-

лежність досить складно, оскільки доводиться мати справу з малопрорознованим впливом природних чинників, комбінація яких для кожного сільськогосподарського підприємства унікальна. Слушним є й зауваження О. Шпичака, що відповідні дослідження ускладнює відсутність інформації про якість виробленої продукції у звітності сільськогосподарських підприємств [239, с. 54].

Найбільш точно такі залежності, вважаємо, можна простежити на прикладі молочного скотарства, прийнявши за індикатор якості продукції ціну її реалізації. Звичайно, на середній рівень закупівельної ціни молока впливають і деякі інші чинники, пов'язані зі сезонними її коливаннями, політикою окремих переробних підприємств. Однак зв'язок між якістю молока й ціною його реалізації сільськогосподарськими підприємствами певного регіону значно тісніший, ніж в інших продуктових підкомплексах, де набагато помітніший вплив маркетингових чинників.

У табл. 4.10 наведені результати аналізу залежності між певними виробничими чинниками (зокрема, рівнем інтенсифікації виробництва, який характеризується витратами ресурсів із розрахунку на одиницю поголів'я) та якістю молока в сільськогосподарських підприємствах Львівської області. Опрацьована інформація в розрізі 40 підприємств, які виробляли й реалізовували молоко. Застосоване аналітичне групування з нерівними інтервалами.

Доволі чітко проявляється прямий зв'язок між виробничими витратами на одну корову та ціною молока. Коефіцієнт кореляції між відповідними ознаками становить 0,58 і вказує на наявність середньої тісноти зв'язку між ними. Отже, поліпшення якості продукції вимагає належного фінансування виробничого процесу. Виділимо позитивний вплив підвищення рівня оплати праці на формування якості продукції, що свідчить про важливість формування дієвої системи матеріального стимулювання.

За наведеними даними можна дійти висновку, що кращі можливості для реалізації молока за вищими цінами мають підприємства з більшим поголів'ям корів. Вважаємо, концентрація поголів'я позитивно впливає як на забезпечення вищої якості продукції, так і на здатність налагодити збут її за вищою ціною за рахунок використання чинника сезонного коливання цін, формування великих партій сировини.

Таблиця 4.10

Вплив рівня інтенсифікації виробництва на формування ціни реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами Львівської області, 2011 р.*

Показник	Група підприємств за ціною реалізації 1 ц молока, грн					За сукупністю
	I група 206,48 – 241,00	II група 241,01 – 266,00	III група 266,01 – 274,00	IV група 274,01 – 290,00	V група 290,01 і більше	
Кількість підприємств	8	8	8	8	8	40
Середня ціна 1 ц молока, грн	220,99	255,88	270,63	281,88	342,58	309,16
Середнє поголів'я корів на одне підприємство, голів	83	66	114	130	286	136
Припадає з розрахунку на одну корову, грн: виробничих витрат	3394	4866	6084	6554	10968	7786
витрат на оплату праці	433	916	1161	1322	2340	1576
вартості кормів	2134	2315	2781	3317	5178	3769
Рівень рентабельності молока, %	8,1	0,3	21,9	21,2	28,8	23,8

* Розраховано за даними форми звітності № 50-сг у сукупності сільськогосподарських підприємств області, що звітують за цією формою.

На основі аналізу параметрів, які характеризують кореляційний зв'язок між досліджуваними ознаками, встановлено, що простого збільшення відповідних витрат недостатньо для отримання бажаного ефекту. Підвищення рівня інтенсифікації виробництва необхідно доповнювати заходами організаційного характеру, удосконаленням внутрішньогосподарських відносин. Такі дії повинні бути націлені на попередження втрат у процесі виробництва, транспортування, зберігання продукції. Слід встановити, удосконалення яких саме технологічних процесів дасть максимальний економічний результат з урахуванням ресурсних можливостей підприємства.

Підвищення якості сільськогосподарської продукції є засобом формування конкурентних переваг не тільки окремих її виробників, а й галузей, продуктових підкомплексів АПК, аграрного сектора еко-

номіки загалом. Система заходів, спрямованих на забезпечення високої якості цієї продукції, формує разом із відповідними регулятивними та мотиваційними процесами механізм формування конкурентних переваг на рівні як сільськогосподарських підприємств, так і на вищих організаційних рівнях (рис. 4.5).



Рис. 4.5. Механізм формування конкурентних переваг на основі якості сільськогосподарської продукції.

На національному рівні основні функції зі забезпечення якості сільськогосподарської продукції покладаються на державні органи. Вони зобов'язані забезпечити прийнятний рівень якості та безпеки продовольства. Виконання цього завдання передбачає різнопланову діяльність, напрями й механізми здійснення якої доволі детально прописані в численних законодавчих актах і програмних документах.

Стрижневим елементом цієї діяльності є розроблення та впровадження стандартів якості на окремі види сільськогосподарської продукції, які були б узгоджені з міжнародними стандартами. Зміцненню конкурентних позицій вітчизняних сільгоспвиробників сприяє сертифікація їх діяльності на відповідність міжнародним стандартам ISO серії 9000. Однак, за дослідженнями Д. Легези, сьогодні для українських сільськогосподарських товаровиробників не є проблемою одержати сертифікат ISO, існує проблема реалізувати продукцію за цим стандартом у конкретній країні [93, с. 179]. Вирішення цієї проблеми залежатиме від рівня розвитку та міжнародного іміджу служб, на які покладаються функції контролю якості та безпеки сільськогосподарської продукції.

Переважно зазначені функції покладаються на Державну інспекцію сільського господарства та Державну ветеринарну та фітосанітарну службу. Їх керівництво неодноразово заявляло про здатність відповідних служб ефективно виконувати свої обов'язки. Це, звісно, не означає, що не існує проблем з оснащеністю їх підрозділів, кваліфікацією та добросовісністю працівників тощо. Постійна й системна діяльність з їх вирішення є важливим завданням державних органів, спрямованим на зміцнення конкурентоспроможності вітчизняної агропродовольчої продукції.

Проблема підвищення якості сільськогосподарської продукції значною мірою вирішується за рахунок впровадження досягнень селекції та племінної справи, передових технологій. З метою здешевлення та підвищення доступності відповідних інноваційних продуктів держава фінансує науково-дослідні роботи з їх створення. Не менш важливим завданням є популяризація відповідних напрацювань, підготовка кадрів з їх впровадження на окремих підприємствах. Це питання розглядалося нами в п. 4.1. Додамо, що популяризація заходів із забезпечення високих показників якості сільськогосподарської продукції та їх економічної ефективності найдоцільніша на базі демонстраційних господарств, що функціонують при науково-

дослідних інститутах і вищих навчальних закладах аграрного профілю.

На рівні окремих продовольчих підкомплексів АПК доволі гостро стоїть питання узгодження інтересів сільськогосподарських виробників і переробних підприємств. Значною мірою вони прямо чи опосередковано пов'язані з якістю продовольчих товарів і сировини для їх виготовлення. Особливо актуальні ці питання для молочного та м'ясопродуктового підкомплексів.

Як відомо, молокопереробні підприємства у виробництві своєї продукції можуть замість молочної сировини певною мірою використовувати компоненти рослинного походження. Це частково вирішує проблему наявності сировини, пов'язану з кризою в молочному скотарстві, й дає змогу здешевити молочну продукцію, зробити її доступнішою для споживачів. Однак відсутність чітких механізмів інформування останніх щодо характеристик молочних товарів дає підстави для звинувачень окремих виробників у невідповідності їх продукції задекларованим параметрам якості. При цьому штучно знижується попит на якісну молочну сировину, що ускладнює перспективи розвитку вітчизняного молочного скотарства [293, с. 133].

Схожі проблеми простежуються й у відносинах між м'ясопереробними підприємствами та сільгоспвиробниками, які вирощують на забій велику рогату худобу і свиней. Нерідко переробні підприємства віддають перевагу дешевій сировині зарубіжного походження, не ставлячи належних вимог до її якості. Висока питома вага імпорту у формуванні балансу м'яса в Україні зачіпає інтереси вітчизняних аграріїв.

Диверсифікація сировинної бази переробних підприємств за рахунок використання заміників рослинного походження та імпортованої продукції позначається на якості продовольчих товарів. Апелювання до необхідності їх здешевлення, безумовно, не позбавлене певного резону, однак воно не повинно позначатися на конкурентоспроможності вітчизняних агровиробників та їх продукції. Дії переробників повинні враховувати інтереси споживачів продовольства. Саме за споживачами (покупцями) повинен залишатися кінцевий вибір. Їм слід запропонувати широкий асортимент продукції з різними якісними параметрами. Високий рівень диференціації їх запитів, зокрема, ілюструє варіація цін придбання м'ясопродуктів сім'ями з різним рів-

нем достатку (див. дод. С), вона ж характерна й для інших продовольчих груп.

Особливого значення набуває спосіб подачі інформації споживачеві про склад і походження продовольчого товару. Її належить подавати не дрібним шрифтом на упаковці, а легко впізнаваними символами, система яких буде уніфікована на всій території України [293, с. 133]. Наприклад, Міністерство сільського господарства США встановило градації якості окремих продовольчих товарів – АА, А, В. Визначені характеристики, за якими продукт підпадає під ту чи іншу градацію.

Варто перейняти позитивний досвід ЄС щодо ідентифікації місця походження продовольства (*protected designation of origin, PDO*). Право маркування відповідним знаком надається продукції, уся сировина для виробництва якої походить з визначеної зони, а процес виробництва здійснювався лише у визначеному регіоні. Погоджуємося з твердженням, що відповідна практика спрямована на підтримку маркетингових зусиль місцевих (вітчизняних) виробників, розвитку економіки сільських територій [236, с. 150]. Порядок маркування повинен бути закріплений у відповідних нормативних документах. Це питання слід вирішувати на національному рівні.

Сьогодні параметри якості сировини, що надходить на переробні підприємства, визначають у їх відомчих лабораторіях. Зважаючи на можливі зловживання, висловлюються пропозиції про надання таким лабораторіям позавідомчого статусу (перетворення на структуру, незалежну від здавальника та заготівельника продукції) [239, с. 53]. Вважаємо, вирішення цієї проблеми слід розглядати в значно ширшій площині.

З метою забезпечення якості та безпеки харчових продуктів рекомендується застосовувати на підприємствах, що їх виробляють, системи НАССР (*Hazard Analysis and Critical Control Point*), яка передбачає ідентифікацію, оцінювання й управління чинниками, що негативно впливають на безпечність продуктів харчування та сільськогосподарської сировини [224, с. 133]. Контроль за небезпечними чинниками здійснюється у певних критичних точках технологічного циклу виробництва. Висока дієвість системи внутрішнього контролю якості продукції на основі принципів НАССР підтверджена міжнародною практикою, її застосування вітчизняними виробниками передбачене законодавством України [154].

Система НАССР дасть змогу гарантувати високу якість продовольства, якщо вона охоплюватиме технологічні процеси як на стадіях виробництва сільськогосподарської сировини, так і на стадіях її переробки й просування продукту до кінцевого споживача. Отже, впровадження цієї системи передбачає доволі тісну співпрацю між сільгоспвиробниками та підприємствами харчової промисловості. Саме з урахуванням принципів такої співпраці й повинен будуватися лабораторний контроль за якістю сільськогосподарської продукції.

У площині відносин між сільгоспвиробниками й заготівельними (переробними) підприємствами вирішуються питання диференціації закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію залежно від її якості. Очевидно, доплата за якість повинна компенсувати додаткові витрати сільгоспвиробника на її підвищення. З іншого боку, переробне підприємство, диференціюючи закупівельні ціни, бере до уваги свої інтереси. Пропонуючи доплату за сировину високої якості, воно повинно враховувати:

- варіацію витрат на переробку 1 т сировини різної якості;
- вихід кінцевої продукції від переробки 1 т сировини різної якості;
- рівень ціни кінцевої продукції, виробленої зі сировини різної якості.

В окремих випадках встановлення закупівельної ціни залежно від якості продукції не складає особливих труднощів. Це стосується, наприклад, розрахунків із сільгоспвиробниками під час реалізації ними цукрових буряків, адже нескладно визначити вихід цукру залежно від рівня цукристості коренів. Однак здебільшого визначити заздалегідь економічний ефект від використання сировини різної якості доволі складно.

У будь-якому разі встановлення надбавки до закупівельної ціни залежно від якості сільськогосподарської продукції повинно опиратися на кінцеві результати виробничо-маркетингової діяльності переробного підприємства. Якщо запропонована ним надбавка базується на справедливому врахуванні цих результатів, але її рівень не стимулює сільгоспвиробників підвищувати якість своєї продукції, доводиться задовольнятися існуючими характеристиками сировини, що надходить на переробку. Слід зазначити, що проблема ціноутворення на сільськогосподарську продукцію належить до найскладніших у системі аграрного виробництва й не передбачає простих рішень.

Заходи щодо підвищення якості сільськогосподарської продукції, які вживаються на національному рівні та на рівні продуктових підкомплексів АПК, переважно спрямовані на формування інституційних умов для формування конкурентних переваг. Для забезпечення реальних позитивних зрушень у сільськогосподарському виробництві необхідні відповідні дії на рівні суб'єкта господарювання. Вони повинні мати системний характер і передбачати як постійний контроль над ситуацією у вигляді моніторингу технологічних процесів, залежності між якістю сільськогосподарської продукції та ефективністю її виробництва, діагностики стану основних засобів тощо, так і розробку й реалізацію довготермінових заходів у вигляді інвестиційних проектів.

Формуванню відповідної програми заходів передуює встановлення особливостей впливу різних чинників на якісні характеристики продукції підприємства, виявлення вузьких місць (ідентифікація проблеми), встановлення пріоритетності в їх усуненні. Для отримання стабільного й відчутного ефекту на підприємстві повинна бути сформована певна система управління якістю продукції. Така система становить собою певну організаційну структуру та відповідний їй розподіл повноважень і відповідальності, сукупність методів, процедур і ресурсів, необхідних для підтримання й підвищення рівня якості продукції [89, с. 11]. За дослідженнями Д. Легези, у переважній більшості сільськогосподарських підприємств не варто з цією метою створювати спеціальні служби (відділи якості), оскільки витрати на їх утримання себе не окуплять [93, с. 262]. Натомість доцільно орієнтуватися на принцип колективно-командної праці, стимулювання участі всіх працівників підприємства у вирішенні відповідних проблем [89, с. 10; 93, с. 254; с. 254; 236, с. 140].

Вважаємо за можливе для формування системи управління якістю на рівні сільськогосподарських підприємств використовувати на працюювання відомого японського фахівця в області забезпечення якості Каору Ісікави. Ним запропоновано метод структурного підходу до вирішення проблеми через виділення сукупності чинників, які впливають на кінцевий результат певного процесу. Відповідні чинники відображаються у графічній схемі, яка отримала назву "Діаграма Ісікави".

Складання відповідної схеми є результатом колективної праці. До її формування залучають працівників підприємства (до 10 осіб) з

різним службовим становищем. Вони висловлюють свої думки у вільній бесіді, уникаючи критичних зауважень і питань [208, с. 25-26]. Застосування розглядуваної методики передбачає такі дії:

1. Постановка проблемного питання, визначення показника, який його характеризує (наприклад, підвищення якості молока, що його виробляє й реалізовує сільськогосподарське підприємство, до стандартів вищого сорту). Усі задіяні учасники ще на початку процесу повинні прийти до єдиної думки стосовно формулювання досліджуваної проблеми.

2. Ідентифікація системи чинників, які впливають на досліджувану характеристику, групування їх за смисловими й причинно-наслідковими блоками. Намагаються виявити й зафіксувати усі чинники, навіть ті, які видаються незначними.

3. Ранжування блоків і чинників усередині кожного блоку за їх впливом на досліджувану проблему [294, с. 592].

Метод Ісікави передбачає графічне зображення відповідних чинників у вигляді умовних позначень і стрілок на схемі (на великому аркуші паперу тощо). Опрацьовується інформація про найрізноманітніші чинники. На думку К. Ісікави, вони можуть бути систематизовані в такі групи: методи виробництва (технологія); використовувані матеріали (оборотні засоби); робоча сила (виконавці); обладнання (основні засоби); зовнішнє середовище. Нанесення їх на схемі дає змогу відобразити як вплив окремих чинників, так і взаємозв'язки між ними. Приклад зображення – аналога діаграми Ісікави – наведено на рис. 4.6.

У процесі складання схеми виділяють обставини, які є найбільш суттєвими, систематизують інформацію в доступній формі. Відтак визначають порядок дій з вирішення досліджуваної проблеми, який відзначається прийнятною ефективністю та економічністю. Завершують відповідну роботу складанням плану заходів із зазначенням термінів і конкретних виконавців.

Запропонована методика становить собою технологію пошуку прийнятного рішення, яка передбачає стимулювання ініціативності та відповідальності працівників підприємства. Це матиме важливе позитивне значення для вирішення не лише проблеми якості продукції, а й реалізації інших конкурентних стратегій. Слід зазначити, що рівень ініціативності й творчої активності працівників сільськогосподарських підприємств загалом є доволі низьким, що ускладнює реалізацію

серйозних планів їх розвитку. З урахуванням цих обставин винятково важливим є формування дієвої системи матеріального стимулювання, без якої будь-яка система управління якістю буде нежиттєздатною.

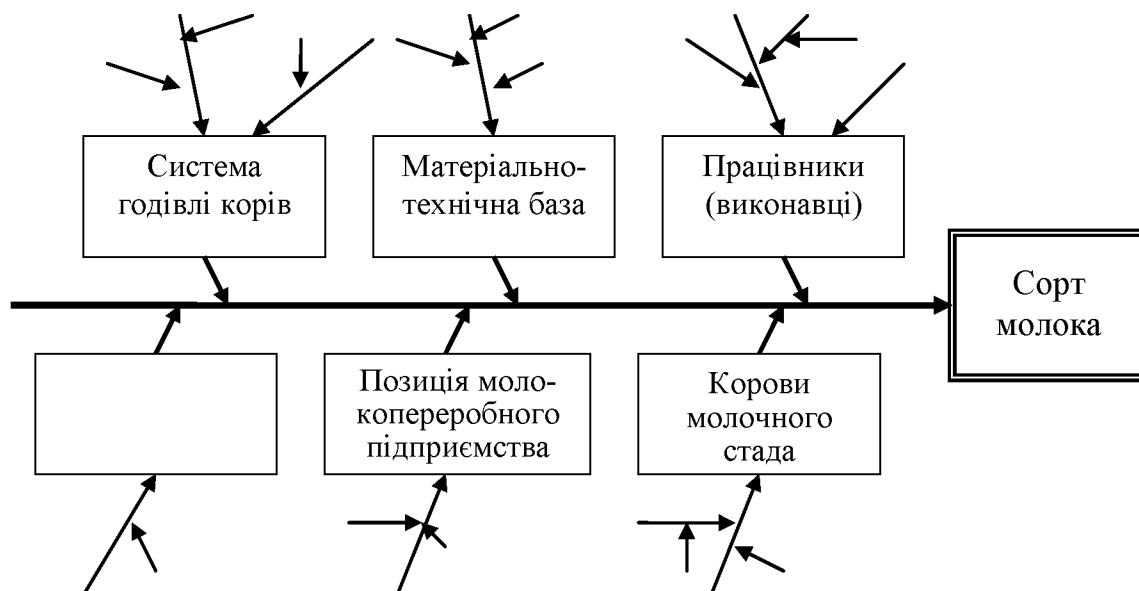


Рис. 4.6. Структурно-логічна схема ідентифікації чинників, що впливають на формування якості молока в сільськогосподарському підприємстві (у вигляді діаграми Ісікави).

Розглядаючи роль якості у формуванні конкурентних переваг аграрного підприємства, не можемо оминати питання розвитку органічного сільськогосподарського виробництва. У процесі цього виробництва не використовуються агрохімікати, усуваються інші чинники, які становлять явну чи потенційну загрозу для навколишнього середовища. Його результатом є продукти з особливими фізико-хімічними та біологічними характеристиками, які відзначаються безпекою для людського організму та корисністю для нього. Як свідчать проведені у Львівському національному аграрному університеті дослідження, українці загалом поінформовані про органічну продукцію, і з кожним роком зацікавленість в її споживанні зростає [240, с. 13]. За даними Федерації органічного руху України, внутрішній споживчий ринок органічних продуктів у нашій країні зростає доволі швидкими темпами, склавши у 2011 році 5,1 млн євро [132]. Доволі високо оцінюється й експортний потенціал вітчизняного органічного виробництва.

Водночас використання технологій органічного сільськогосподарського виробництва не можна розглядати як засіб, що забезпечує отримання агровиробниками безсумнівних конкурентних переваг. Залишаються серйозні труднощі зі сертифікацією відповідного виробництва. Вітчизняні споживачі демонструють низьку готовність платити високу ціну за органічну продукцію. За розрахунками Д. Легези, органічне виробництво окупиться в сільськогосподарських підприємствах із великими розмірами – з площею землекористування понад 5 тис. га [93, с. 364]. По суті, йдеться про велике сільськогосподарське підприємство, яке позиціонує себе як виробник товару з унікальними характеристиками і пропонує його на доволі вузьких сегментах ринку.

Аж ніяк не заперечуючи перспективи розвитку органічного сільськогосподарського виробництва в Україні, зазначимо, що запровадження такого окремими суб'єктами господарювання передбачає реалізацію доволі затратного і складного в технологічному й маркетинговому аспектах проекту. Відповідний проект передбачає підпорядкування його цілям усієї діяльності підприємства, характеризується в існуючих умовах високими ризиками. Тому розвиток органічного сільськогосподарського виробництва розглядаємо як стратегію фокусування, яка в близькій перспективі може бути застосована обмеженим колом сільськогосподарських підприємств.

4.5. Конкурентні стратегії сільськогосподарських підприємств малого бізнесу

Невід'ємною частиною системи аграрного виробництва є невеликі за розмірами сільськогосподарські підприємства. Розглядаючи проблеми їх функціонування й розвитку, варто було б окреслити коло таких суб'єктів господарювання. Однак із цим виникають певні труднощі. Господарський кодекс України дає визначення малого підприємства, відносячи до відповідних суб'єктів юридичні особи, в яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб, а річний дохід – суму, еквівалентну 10 млн євро [32]. Але за параметрами доходу до цієї категорії попадають майже всі агропідприємства нашої країни. Використовуючи сучасну техніку,

господарство з указаною кількістю працівників може обробляти кілька тисяч гектарів ріллі.

У вітчизняній літературі набули поширення терміни “малі форми господарювання” та “малий бізнес у сільському господарстві”. До відповідних суб’єктів господарювання переважно відносять господарства населення й фермерські господарства [165, с. 100; 241 с. 22; 248, с. 48 та ін.]. У рамках нашого дослідження ми не ставили за мету розглядати конкурентні стратегії господарств населення. З іншого боку, серед фермерських господарств України зустрічаються й доволі потужні за ресурсним потенціалом та обсягом доходів формування, які аж ніяк не можна віднести до категорії невеликих сільгоспвиробників. Натомість до їх числа можуть бути включені інші категорії сільськогосподарських підприємств з невеликою кількістю працівників і відносно невеликою площею землекористування.

З урахуванням цих обставин вважаємо за можливе використовувати термін “сільськогосподарські підприємства малого бізнесу”, відносячи до відповідних суб’єктів господарювання фермерські господарства сімейного типу та інші сільськогосподарські підприємства з кількістю постійних працівників, що не перевищує десятка осіб. З урахуванням характерної для вітчизняного сільськогосподарського виробництва ресурсовіддачі доходи таких підприємств є відносно невеликі (рідкістю буде випадок, коли вони перевищуватимуть 1 млн грн). Такі сільськогосподарські підприємства загалом підпадають під визначення суб’єктів мікропідприємництва, до яких згідно з Господарським кодексом належать юридичні особи – суб’єкти будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середня кількість працівників за календарний рік не перевищує 10 осіб, а річний дохід – суму, еквівалентну 2 млн євро [32].

У сільському господарстві України спостерігається процес концентрації виробництва, який проявляється у доволі високих темпах розвитку великих за розмірами сільськогосподарських підприємств за стагнації сектора, представленого невеликими за розмірами підприємствами. Схожі тенденції доволі поширені у світовій практиці. Однак в економічно розвинених країнах цей процес відбувається еволюційно, в умовах різнопланової державної підтримки фермерських господарств. В Україні ж він набув форми стрімкого розвитку особливо великих підприємств – агрохолдингів. Як справедливо зазначає Т. Яворська, економічна політика в нашій країні спирається на ідео-

логію, яка відображає інтереси монополістів і великих господарств [248, с. 331]. Натомість підтримка малого аграрного бізнесу є значною мірою декларативною.

Невеликим сільськогосподарським підприємствам доводиться долати серйозні економічні труднощі, породжені як не надто сприятливим для аграрного бізнесу середовищем, так і конкурентною боротьбою з великими агровиробниками. Останні доволі активно консолідують земельні ресурси, спроможні досягти суттєвих конкурентних переваг за рахунок низької собівартості своєї продукції. Раніше було показано, що доволі чітко проявляється пряма залежність між концентрацією та економічною ефективністю як виробництва основних видів сільськогосподарської продукції, так і діяльності сільськогосподарських підприємств загалом.

В Україні питання про перспективи невеликих сільгоспвиробників, що мають статус юридичних осіб, стоїть доволі гостро. Окремі з них погоджуються на входження до потужних компаній зі збереженням певної автономії. Якщо такий процес продовжуватиметься, то цілком може справдитися прогноз П. Сухого, що через кілька років на внутрішньому аграрному ринку залишаться працювати 450-500 великих підприємств антрепренерського типу [195, с. 43]. Зважаючи на винятково важливу економічну та соціальну роль сільськогосподарських підприємств малого бізнесу, існуючі тенденції є вкрай небажаними.

Мале підприємництво, за визначенням В. Липчука, – це наймасовіша, найдинамічніша та найгнучкіша форма ділового життя [95, с. 25]. Фермерські господарства та інші невеликі сільгосппідприємства створюють значну кількість робочих місць, підтримують бізнесову активність на сільських територіях. Діяльність таких підприємств сприяє утвердженню певного способу життя, соціального укладу, який сформувався в українських селах і кращі сторони якого (пов'язані з традиціями, сімейними цінностями, гармонією з навколишнім середовищем) варто підтримувати. Сам факт існування малих форм аграрного бізнесу демонструє наявність певної альтернативи надконцентрації виробництва як шляху розвитку сільського господарства нашої країни.

Отже, суспільство об'єктивно зацікавлене в ефективному функціонуванні невеликих за розмірами сільськогосподарських товаровиробників. Однак фактичні результати їх діяльності великого оптиміза-

му не вселяють. Як уже певною мірою зазначено вище, це пов'язано з такими основними обставинами:

- у невеликих підприємствах через вплив чинника масштабу виробництва вищі умовно-постійні витрати на виробництво одиниці продукції, наслідком чого є вищий рівень собівартості продукції;

- обсяг доходів тих невеликих підприємств, які віддають перевагу традиційному вирощуванню зернових і технічних культур, недостатній для забезпечення належного соціального захисту його працівників, здійснення інвестицій у розвиток виробництва на інноваційній основі.

Не варто розраховувати на повне вирішення проблеми дохідності невеликих за розмірами сільськогосподарських підприємств завдяки державній підтримці. У нашій країні для цього відсутні достатні фінансові ресурси й сумнівно, що вони з'являться в близькій перспективі. Ці підприємства повинні розраховувати насамперед на власні сили, реалізуючи ретельним чином підібрані конкурентні стратегії, які враховують умови й особливості їх господарської діяльності.

Як було показано в п. 2.4, існує розгорнута система класифікації конкурентних стратегій. Розглядаючи базові стратегії конкуренції, сформульовані М. Портером (див. табл. 2.3), зазначимо, що найменш перспективною для сільськогосподарських підприємств малого бізнесу є стратегія мінімізації витрат. Отримання від її застосування стійких конкурентних переваг можливе завдяки серйозній модернізації виробництва з використанням новітніх технологій, економії на умовно-постійних витратах на основі збільшення обсягів господарської діяльності. Ці напрями розвитку для розглядуваних підприємств є малодоступними. Можна лише вести мову про локальний ефект від зниження витрат за рахунок посилення контролю над використанням окремих видів ресурсів.

Водночас, вивчаючи інформацію в розрізі окремих сільськогосподарських підприємств Західної України, ми з'ясували, що орієнтація на мінімізацію витрат не є рідкістю для невеликих агровиробників і навіть приносить їм в окремих випадках певний економічний ефект. За даними представленої звітності, окремі підприємства здійснювали доволі малі витрати з розрахунку на одиницю площі посівів чи поголів'я тварин. Значною мірою така "економія" стосувалася видатків на оплату праці, була пов'язана з майже нульовими амортизаційними відрахуваннями, відмовою від витрат, які мали підтримуючий стосовно

процесу виробництва характер. Однак завдяки сприятливому збігу обставин (погодним умовам, коливанням ринкової кон'юнктури) та на основі споживацького використання залишків накопичених раніше ресурсів такі виробники могли отримати доволі вигідне для себе співвідношення між собівартістю окремих видів продукції й закупівельною ціною на них. Звичайно, зазначена стратегія є абсолютно безперспективною і не може бути використана для утвердження сільськогосподарських підприємств малого бізнесу.

Найперспективнішою для досліджуваної категорії сільгоспвиробників є базова стратегія фокусування, яка передбачає концентрацію уваги й зусиль підприємства на певному сегменті ринку, номенклатурі товарів. Оскільки невеликі за розмірами підприємства в існуючих умовах здебільшого неспроможні досягти прийнятних економічних результатів на традиційних сегментах сільськогосподарського ринку, їм слід спробувати утвердитися у сферах, де конкуренція з боку великих виробників не так помітна чи майже відсутня.

Обмеженість земельних, фінансових та інших ресурсів, типова для переважної більшості сільськогосподарських підприємств малого бізнесу, звужує перелік видів продукції, виробництво яких спроможне забезпечити успіх від застосування стратегії фокусування. Перспективним є вирощування продукції рослинництва, реалізація якої дає змогу отримати значний дохід із розрахунку на одиницю площі використовуваних угідь. Наприклад, у 2011 році сільськогосподарські підприємства України за умови стовідсоткового рівня товарності виробництва в перерахунку на 1 га посівної площі зернових культур могли в середньому отримати близько 5 тис. грн виручки, соняшнику – 6, ріпаку – близько 7, овочів – 30, картоплі – 40, плодів, винограду – близько 15 тис. грн.

З урахуванням необхідних витрат і особливостей збуту продукції економічно доцільним є вирощування в сільськогосподарських підприємствах малого бізнесу овочів, картоплі, фруктів і ягід, винограду, лікарських рослин, розвиток бджільництва і птахівництва [278, с. 91]. Основними їх конкурентами на ринках зазначених видів продукції виступають особисті селянські господарства, не схильні в переважній своїй більшості до активної комерційної діяльності. Підприємство ж має незрівнянно вищі, ніж господарства населення, можливості виходу на цільові сегменти, формування гуртових партій продукції. Дані останніх років свідчать, що не слід надто песимістич-

но оцінювати загрозу з боку імпорту окремих видів продукції, що їх рекомендуємо виробляти в невеликих сільськогосподарських підприємствах. Більше того, наявність такого імпорту окремі підприємці сприймають як вказівку на перспективні сегменти ринку, на яких можна спробувати досягти успіху.

Ми схильні критично оцінювати перспективи спеціалізації досліджуваної категорії господарств на виробництві продукції скотарства. Традиційні технології, які використовують в аграрному секторі України, не дають змоги утримувати невеликому колективу працівників конкурентоспроможну ферму, а використання прогресивних зарубіжних технологій вимагає надто великих витрат, належного інфраструктурного забезпечення. Водночас значний дохід може принести невелика свиноферма у разі орієнтування виробництва продукції на певну цільову групу покупців (наприклад, реалізації населенню поросят) [250, с. 232].

Слід зазначити, що спеціалізація на виробництві певних видів продукції (зокрема, перелічених вище) не гарантує сільськогосподарським підприємствам достатніх доходів. Стратегія фокусування передбачає досягнення успіху завдяки пропозиції споживачу більшої, аніж пропонують конкуренти, цінності. Така цінність може бути запропонована у вигляді зручної доставки продукції, обсягу партії товару, забезпечення окремих споживчих характеристик (свіжість, певний сорт овочів чи фруктів, вид птиці тощо). Застосування стратегії фокусування, як правило, вимагає від підприємства певної маркетингової діяльності – вивчення споживчого попиту, забезпечення просування своєї продукції на ринку.

Не вважаємо за доцільне давати конкретніші рекомендації щодо розвитку тих чи інших видів діяльності в сільськогосподарських підприємствах малого бізнесу залежно від регіону, їх розмірів тощо. Відповідні рішення повинні ґрунтуватися насамперед на особистих уподобаннях і хисті до комерційної діяльності їх керівників. Водночас приймаючи такі рішення, варто враховувати особливості ринкової кон'юнктури на мезо- та макрорівні.

В Україні сформувався особливо низький рівень споживання плодів і ягід відносно рекомендованих норм. Як зазначено (див. табл. 3.22), коефіцієнти еластичності попиту на них за доходом найвищі серед основних продовольчих груп. Про високу потенційну пер-

спективність виробництва ягід у малих формах господарювання свідчать і результати наших досліджень [258].

У табл. 4.11 визначений економічний ефект від вирощування окремих ягідних культур із розрахунку на 1 га площі їх насаджень. Обчислені доходи і повні витрати на експлуатацію плантацій (з накладними) протягом перших шести років із часу їх закладення. За цей час двічі завершиться період використання насаджень суниці (по 3 роки), а інші ягідні культури досягнуть піку плодоношення. Товарне плодоношення смородини, порічки та агрусу розпочнеться з третього, малини – з другого року після садіння.

Ціни реалізації продукції взяті на рівні мінімальних, зафіксованих у 2012 році на гуртовому продуктовому ринку “Шувар” (м. Львів). Вони на 30-50% нижчі за середні ціни продажу ягід на роздрібних продуктових ринках Львова та інших великих міст області. В обчисленні виручки враховано гарантований вихід товарної продукції з одиниці площі. Наведені в табл. 4.11 показники виручки за сприятливих умов можуть бути значно більшими. Водночас фактичні показники економічної ефективності виробництва ягідної продукції, що їх демонструють сільськогосподарські підприємства України, є значно нижчими у зв’язку з незадовільним використанням відповідного ресурсного потенціалу.

Таблиця 4.11

Доходи від вирощування ягідних культур за перші шість років плодоношення, на 1 га (у масштабах цін 2012 року для Львівської області)*

Культура	Повні витрати, тис. грн	Обсяг реалізації, кг	Ціна реалізації 1 кг, грн	Виручка, тис. грн	Прибуток, тис. грн	У т.ч. з розрахунку на 1 рік використання площі, тис. грн
Суниця	500	45000	12	600	100	17
Малина	380	30000	15	450	70	12
Смородина	435	45000	14	630	195	33
Порічки	350	46000	11	506	156	26
Агрбус	400	55000	10	550	150	25

* Власні розрахунки.

Привертає увагу значний рівень витрат із розрахунку на 1 га площі насаджень, який в середньому за рік становить 55-80 тис. грн. Однак слід врахувати, що до 75% витрат припадало на оплату праці та сплату єдиного соціального внеску. Загалом вирощування ягідних культур є трудомістким процесом, причому переважна більшість затрат праці припадає на збір продукції. На цей період підприємству доведеться залучити сезонних працівників; передбачена в наших розрахунках оплата одного людино-дня – до 100 грн. Отже, основні витрати складатимуться з поточних розрахунків із працівниками під час реалізації продукції, тому відповідні видатки не належать до особливо проблемних. Затрати праці можуть бути суттєво зменшені за рахунок механізації виробничих процесів. Тоді зміниться структура витрат (зокрема, за зменшення видатків на оплату праці зросте амортизація основних засобів), але про збільшення загального їх обсягу не йдеться.

Наведений приклад демонструє важливу особливість: сільськогосподарським підприємствам малого бізнесу рекомендується зосередитися на виробництві трудомісткої продукції. Річ у тім, що значні видатки на оплату праці дають змогу забезпечити належний соціальний захист їх працівникам. Ця обставина особливо актуальна, якщо йдеться про видатки на оплату праці членів фермерського господарства, адже тоді вони з категорії “витрати” можуть бути переміщені в категорію “доходи членів господарства”, що принципово впливає на перспективи зазначеної категорії підприємств. Крім того, у невеликому підприємстві легше організувати постійний контроль за якістю виконання трудомістких процесів.

Перспективним варіантом для окремих підприємств малого бізнесу є стратегія диференціації. Вона передбачає пропонування товару, який за характеристиками не має аналогів на відповідному географічному сегменті ринку (тобто пропонування унікальної цінності). Річ, наприклад, може йти про розведення перепелів чи страусів, вирощування малопоширених видів овочів і фруктів, виробництво з допомогою особливих технологій продукції з неповторним смаком, кольором, іншими споживчими характеристиками. Основною проблемою при цьому залишається знайти покупців продукції. З одного боку, агропродовольчий ринок характеризується наявністю великої кількості споживачів з диференційованими запитами, а саме такі ринки найперспективніші для впровадження стратегії диференціації. З ін-

шого – переважна більшість споживачів доволі консервативні у придбанні продовольства, нерідко реагують на новинки з певною недовірою [250, с. 234].

Конкурентні переваги, досягнуті за допомогою стратегій фокусування і диференціації, можуть бути втрачені внаслідок стирання відмінностей у параметрах товарів для цільового сегмента й основного ринку, виходу на ці сегменти інших виробників. Тому необхідною умовою їх збереження є підтримання високих стандартів забезпечення потреб покупців, постійний пошук нових рішень і цільових груп споживачів.

Складовою частиною стратегії розвитку окремих сільськогосподарських підприємств малого бізнесу можуть стати елементи диверсифікації, яка, як зазначено, передбачає проникнення в інші галузі виробництва, на ринки нових товарів і послуг. Обмежені ресурсні можливості невеликих господарств, вважаємо, звужують перспективи застосування ними концентричної диверсифікації, яка передбачає освоєння виробництва інших видів сільськогосподарської продукції. Зміни у структурі посівних площ, використанні техніки, трудових ресурсів, які супроводжують таку диференціацію, можуть негативно позначитися на результатах виробництва традиційної для господарства продукції.

Натомість варто звернути увагу на конгломератну диверсифікацію, яка меншою мірою позначатиметься на використанні ресурсів у сільськогосподарському виробництві. Вона ще не набула значного поширення серед підприємств малого агробізнесу. Зокрема, за офіційними даними, діяльністю поза сільськогосподарським виробництвом займається всього кілька відсотків фермерських господарств [184, с. 181]. Не можемо погодитися з авторами, які настійно рекомендують буквально кожному фермерському господарству поряд із виробництвом сільськогосподарської продукції організувати її переробку [10, с. 21; 31, с. 385]. Як правило, у невеликих підприємств немає ані фінансових ресурсів для організації виробництва якісних продовольчих товарів – продуктів переробки сировини, ані маркетингових – для забезпечення вигідної її реалізації, хоча, звісно, в окремих випадках така діяльність може бути успішною.

Серед перспективних варіантів конгломератної диверсифікації сільськогосподарських підприємств малого бізнесу виділимо надання послуг. Мають місце позитивні приклади розвитку в таких підприєм-

ствах торговельної діяльності, що забезпечує швидку окупність капіталу [95, с. 26]. Окремі з них за наявності відповідних умов можуть успішно займатися агротуристичною діяльністю.

Для вирішення низки проблем, пов'язаних із недостатнім ресурсним забезпеченням, залежністю від партнерів з інших галузей, сільськогосподарські підприємства малого бізнесу можуть використовувати стратегію кооперування. Вона полягає в об'єднанні зусиль цих суб'єктів господарювання для вирішення певних спільних проблем. Застосування стратегії кооперування аж ніяк не суперечить реалізації інших стратегій, зокрема диференціації, яка передбачає деяке дистанціювання від інших агровиробників. Завжди знайдуться певні проблеми, характерні для широкого кола різних господарств невеликих розмірів.

Кооперація постійно називається серед основних умов успішного розвитку малих форм господарювання. Однак фактичний рівень її розвитку можна охарактеризувати як явно недостатній, перелік позитивних прикладів такої залишається невеликим. Причин цьому чимало. Зокрема, можна виділити недоліки в роботі органів виконавчої влади, на яких покладається функція підтримки кооперативного руху. Варто врахувати й консерватизм українських селян, характерне для них скептичне ставлення до влади, певну недовіру до партнерів по бізнесу [267, с. 406].

Здобуття сільськогосподарськими підприємствами малого бізнесу конкурентних переваг на основі застосування стратегій фокусування, диференціації чи диверсифікації вимагає їх активної співпраці зі споживачами. У рамках цієї співпраці можуть бути ефективно реалізовані ідеї К. Прахалада та В. Рамасвами щодо “спільного творення цінності” виробниками і споживачами товару [150]. З урахуванням змін у природі конкуренції стратегії активної співпраці зі споживачами є актуальними для всіх суб'єктів підприємницької діяльності. Та особливо перспективними вони є саме для невеликих сільськогосподарських підприємств, для яких рекомендована націленість на вузькі групи споживачів. Використовуючи стратегії співпраці зі споживачами, які за функціональною ознакою можна віднести до маркетингових, ці підприємства спроможні отримати незаперечні конкурентні переваги перед великими виробниками.

Сільськогосподарські підприємства малого бізнесу, обґрунтовуючи засади свого функціонування і розвитку, повинні орієнтуватися

на комплексне застосування різних стратегій. Серед них виділятиметься основна (визначальна) та доповняльні стратегії. Наприклад, стратегія співпраці зі споживачами для спільного творення цінності є зразком доповняльної маркетингової стратегії, яка дає змогу ефективно реалізувати основну конкурентну стратегію – диференціації. Рекомендоване для невеликих сільськогосподарських підприємств виробництво трудомісткої продукції є втіленням на практиці як доповняльної соціальної стратегії: висока питома вага у структурі витрат видатків на оплату праці забезпечує прийнятний рівень соціального захисту працівників. Стратегія кооперування залежно від ситуації для окремого сільгоспвиробника може виступати як основною, так і доповняльною.

В основній конкурентній стратегії закладаються засади подальшого розвитку суб'єкта підприємницької діяльності – його спеціалізація, принципи присутності на ринку тощо. За загальноприйнятою класифікацією (див. п. 2.4) вона належить до корпоративних стратегій. Доповняльні конкурентні стратегії (одна чи кілька) деталізують шляхи реалізації основної. На практиці їм відповідають функціональні стратегії. Можливість різних комбінацій конкурентних стратегій розширює перелік варіантів розвитку, доступних для досліджуваної категорії сільськогосподарських підприємств.

Отже, рекомендовані сільськогосподарським підприємствам малого бізнесу конкурентні стратегії передбачають пошук ринкових ніш, які не становлять значного інтересу для великих агровиробників. Реалізуючи відповідні стратегії, ці підприємства своєю діяльністю вноситимуть на агропродовольчі ринки різноманітність, задовольнятимуть і водночас формуватимуть запити окремих груп споживачів.

РОЗДІЛ 5 ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

5.1. Розвиток інтеграційних відносин у системі аграрного виробництва

Функціонування будь-якої економічної системи проявляється в численних взаємовідносинах між суб'єктами, що її представляють. Ці взаємовідносини втілюються в конкретних діях, які регламентуються (обмежуються чи стимулюються) певними правилами, нормами, установками. Відповідні регламентуючі чинники в сучасній науковій термінології окреслюються дефініцією “інститути”. Останні можуть бути трактовані як система правил, що склалися в суспільстві в процесі його розвитку та регулюють взаємодію його членів, визначають спосіб організації різних сфер суспільної життєдіяльності [218, с. 29-30]. Зазначимо, що у вітчизняній науковій літературі набув поширення термін “інститут” і як певне організаційне оформлення системи правил і норм, консолідації їх у вигляді організацій – підприємств, суспільних установ, державних органів тощо [28, с. 16; 47, с. 659; 238, с. 348].

Поведінка суб'єктів підприємницької діяльності регламентується формальними інститутами (закріпленими в офіційних документах регуляторного характеру) та неформальними (добровільними нормами поведінки). Основні формальні інститути й значна частина неформальних, що визначають засади функціонування вітчизняного аграрного сектора, склалися впродовж останніх двох десятиріч років. Криза в аграрному секторі економіки стала наслідком їх недосконалості, відображенням неспроможності вирішити проблеми, що виникли в українському суспільстві. З цього приводу О. Бородіна зазначає, що часто ставка робилася на політику запозичення “взірцевих” інститутів, характерних для найрозвиненіших країн, а в Україні вони використовуються для досягнення зовсім інших цілей [15, с. 107].

Конкуренція як організаційне оформлення конкурентних відносин є одним із базових економічних інститутів. Розробляючи стратегії, спрямовані на зміцнення своєї конкурентоспроможності,

суб'єктам підприємницької діяльності (у тому числі сільськогосподарським підприємствам) доводиться зважати на недосконалість відповідних інституцій. Особливу небезпеку становлять так звані “інституційні пастки” [136, с. 32] – неформальні інститути деструктивного типу, що виникли через слабкість та прогалини у формальних. Їх втіленнями є ухиляння від сплати податків та інші неплатежі, корупція, тіньовий ринок землі, рейдерство, торгівля (у тому числі контрабандна) неякісними продовольчими товарами тощо.

Забезпечення розвитку аграрного сектора економіки передбачає як удосконалення існуючих інститутів, так і безкомпромісну боротьбу з інституційними пастками. Відповідна діяльність формує й інституційне забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. У контексті зміцнення цієї конкурентоспроможності йдеться про удосконалення відносин між:

- сільськогосподарськими підприємствами та їх діловими партнерами – підприємствами суміжних галузей, іншими сільгоспвиробниками;
- сільськогосподарськими підприємствами та державою в особі органів, які її представляють;
- суб'єктами (фізичними особами, підрозділами, службами) всередині сільськогосподарських підприємств.

З урахуванням сутності економічної конкуренції на перший план виступають відносини між сільськогосподарськими підприємствами та іншими суб'єктами підприємницької діяльності – із спорідненої та суміжних галузей. Кожне підприємство, вступаючи в такі відносини, прагне, з одного боку, забезпечити (відстояти, захистити) власні економічні інтереси, а з іншого – добитися зниження ризиків. Засобом зниження ризиків є узгодження дій з діловими партнерами, досягнення певного компромісу в розподілі з ними економічних інтересів, що зробить процес відповідних відносин більш контрольованим, стійким і передбачуваним. Відтак сільськогосподарські підприємства та їх партнери об'єктивно мали би бути зацікавлені в розбудові відносин на регулярній та багатосторонній основі. На практиці цей процес втілюється в розвиток інтеграційних відносин між суб'єктами, представленими в системі аграрного виробництва.

Терміном “інтеграція” охоплюється широкий спектр процесів, пов'язаних з узгодженням інтересів, налагодженням стійких зв'язків, організаційним зближенням і навіть об'єднанням суб'єктів підприєм-

ницької діяльності. Цілеспрямовану участь цих суб'єктів у відповідних процесах можна розглядати як практичну реалізацією ними конкурентної стратегії кооперації. Термін “кооперація” вживається у широкому первісному значенні – як співпраця окремих суб'єктів.

Сільськогосподарські підприємства, реалізуючи конкурентну стратегію кооперації, можуть брати участь у різних за видами, напрямками, організаційними формами втілення інтеграційних процесах. Принципове значення має виділення двох основних видів інтеграції – горизонтальної (об'єднання сільськогосподарських підприємств як суб'єктів однієї галузі) та вертикальної (налагодження зв'язків між підприємствами суміжних галузей). Особливістю є те, що, як зазначалося, безпосередня економічна конкуренція між окремими сільськогосподарськими товаровиробниками розвинута відносно слабо, натомість між сільськогосподарськими підприємствами та їх партнерами зі суміжних галузей АПК вона може відзначатися значною гостротою. Горизонтальна інтеграція спрямована насамперед на отримання сільськогосподарськими підприємствами переваг у їх протистоянні (економічній конкуренції) з суб'єктами із суміжних галузей. Натомість вертикальна інтеграція передбачає уникнення цього протистояння, заміну його певним механізмом взаємодії, включаючи взаємопроникнення, яке може дійти до поглинання.

До ключових завдань, які стоять перед утворенням інтегрованих структур, належить узгодження інтересів суб'єктів – членів відповідного об'єднання. Слід зазначити, що таке утворення не завжди відповідає засадам економічної доцільності й справедливості. Зокрема, вкрай неоднозначно сприймається формування в Україні таких інтеграційних утворень, як агрохолдинги. Не завжди можна оцінити як економічно раціональний та справедливий характер інтеграційних зв'язків між сільськогосподарськими та переробними підприємствами у процесі формування сировинних зон останніх. Очевидно, з позицій зміцнення конкурентоспроможності окремих сільськогосподарських підприємств ефективнішими будуть ті інтеграційні об'єднання, під час формування яких інтереси цих підприємств враховуються більшою мірою [273].

Участь сільськогосподарських підприємств в інтеграційних процесах набуває різних організаційно-економічних форм. У працях вітчизняних економістів-аграрників наводиться така їх класифікація: повна інтеграція (в її результаті засоби виробництва належать одному

власнику), акціонерна (формування партнерств на акціонерній основі), контрактна (через укладання контрактів між юридичними особами), партнерська (базується на усних домовленостях), кооперативна (на базі створення кооперативів), громадська (через створення громадських об'єднань) [37, с. 13; 61, с. 108; 76, с. 21]. Цей перелік, вважаємо, слід доповнити кластерними структурами, які характеризуються низкою особливостей створення і функціонування. Відповідні інтеграційні утворення можуть розглядатися як інститути (у варіанті трактування цього поняття як організації), що сформувалися з метою виконання певних завдань.

Характерні риси окремих видів цих об'єднань визначають доцільність їх використання залежно від мети інтеграції. Зокрема, сільськогосподарські кооперативи пов'язані насамперед з горизонтальною інтеграцією, адже, згідно з офіційним визначенням, вони є юридичною особою, утвореною сільськогосподарськими товаровиробниками [164]. Основна мета діяльності кооперативу полягає в задоволенні потреб його членів [85, с. 125], і, виконуючи цю функцію, він сприяє зміцненню конкурентоспроможності суб'єктів, які є його засновниками.

Виробничі структури агрохолдингового типу є найяскравіше вираженою (кінцевою) формою інтеграційних відносин в аграрному секторі, адже окремі складові таких утворень втрачають самостійність юридичних осіб. У їх діяльності відображені результати як горизонтальної інтеграції (через введення в агрохолдинг як дочірніх окремих сільськогосподарських підприємств), так і вертикальної (перебування у цій структурі підприємств різних галузей).

Сільськогосподарські підприємства можуть розглядати приєднання до агрохолдингу як елемент стратегії ліквідації у разі неспроможності продовження бізнесу самостійно. Звичайно, з точки зору окремого суб'єкта підприємницької діяльності вибір такої стратегії – вимушений крайній захід, і ми не можемо рекомендувати її до розгляду широкому колу сільськогосподарських підприємств. Якщо ж оцінювати агрохолдинги з позицій зміцнення конкурентоспроможності вітчизняного сільського господарства загалом, підсумуємо й доповнимо викладені в попередніх розділах власні погляди на такі структури за допомогою матриці SWOT-аналізу (табл. 5.1). У ній дається оцінка не самим агрохолдингам, а їх впливу на систему вітчизняного сільськогосподарського виробництва. Тому, наприклад,

Таблиця 5.1

SWOT-аналіз діяльності агрохолдингів у системі аграрного виробництва України*

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> ● великі масштаби залучення інвестицій в аграрний сектор ● реалізація конкурентних переваг, пов'язаних з ефектом концентрації виробництва ● використання сучасних технологій, пов'язаних із високим рівнем інтенсифікації сільськогосподарського виробництва ● участь агрохолдингів у розвитку виробничої інфраструктури, створенні стійких сировинних зон для переробних підприємств ● можливість організувати експорт значної частини сільськогосподарської продукції, що сприяє укріпленню позицій країни на світових агропродовольчих ринках 	<ul style="list-style-type: none"> ● несприйняття агрохолдингових структур значною частиною суспільства, у тому числі окремими політичними силами, вченими ● вузька спеціалізація та надмірна орієнтація на експортну діяльність багатьох вітчизняних агрохолдингів ● відсутність законодавства, яке б регулювало окремі аспекти діяльності агрохолдингів в інтересах суспільства ● надмірна концентрація виробництва, що призводить до загострення проблем екологічної безпеки виробництва та втрати керованості
Сприятливі можливості	Потенційні загрози
<ul style="list-style-type: none"> ● зростання попиту на світових ринках на агропродовольчу продукцію ● зростання зацікавленості в інвестиціях у тваринницькі галузі, зокрема у скотарство ● участь агрохолдингів у вирішенні проблем соціального розвитку села ● підвищення престижності праці в аграрному секторі через поліпшення її умов та створення високооплачуваних робочих місць ● загалом прихильне ставлення регіональних органів влади до агрохолдингів як до структур, здатних доволі швидко досягти позитивних зрушень у системі сільськогосподарського виробництва 	<ul style="list-style-type: none"> ● втрата у власників холдингів інтересу до аграрного бізнесу ● витіснення зі системи аграрного виробництва невеликих сільськогосподарських товаровиробників ● ризики, пов'язані з нестабільністю політичної системи та недосконалістю ринкових економічних механізмів ● лобіювання інтересів власників агрохолдингів, що вступатиме у протиріччя зі суспільними інтересами ● можливість здобуття іноземним капіталом контролю над окремими агрохолдингами, що створить загрози для продовольчої безпеки країни ● саме з діяльністю агрохолдингів пов'язані основні побоювання щодо негативних наслідків запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення

*Власна розробка.

відсутність законодавства, яке б обмежувало обсяги землекористування окремих суб'єктів у регіоні, поширення на агрохолдинги певних елементів системи державної підтримки сільськогосподарських виробників можна було б розглядати як сприятливі можливості для розвитку агрохолдингів, але ми відносимо їх до слабких сторін системи аграрного виробництва нашої країни.

Втіленням крайньої (кінцевої) форми горизонтальної інтеграції агровиробників можна вважати і сільськогосподарський виробничий кооператив. Масове їх виникнення в Україні у 90-х роках минулого століття у процесі реорганізації колгоспів і радгоспів було зумовлене не стільки високими потенційними перевагами, скільки проблемами в інституційному (формальному й неформальному) та ресурсному забезпеченні розвитку інших форм організації товарного сільськогосподарського виробництва. Сьогодні кількість і роль виробничих кооперативів у системі аграрного виробництва нашої країни зменшується. Не заперечуючи в принципі можливість їх існування, зазначимо, що створення таких структур у класичному їх трактуванні у вітчизняному сільському господарстві поширення не набуде. Вважаємо, ймовірні лише поодинокі випадки їх утворення невеликими сільгоспвиробниками на основі родинних чи тісних товариських зв'язків і продовжуватимуть певний час функціонувати існуючі господарства з таким статусом.

Агрохолдинги та кооперативи є інтеграційними об'єднаннями, що мають статус юридичної особи. На відміну від них така форма об'єднання підприємств, як кластери, не передбачає набуття зазначеного статусу. Трактування кластера різними зарубіжними та вітчизняними авторами не є абсолютно тотожними, але переважно вони визначають його як добровільне об'єднання підприємств за територіально-галузевою ознакою, які, співпрацюючи, сприяють зростанню власної конкурентоспроможності [28, с. 144; 188, с. 19; 236, с. 185 та ін]. Сільськогосподарські підприємства можуть входити до агропромислових (зокрема, так званих харчових) кластерів. Переважно їх участь у таких об'єднаннях є формою вертикальної інтеграції.

Кластер не є чітко окресленою організаційно-правовою формою, і його члени взаємодіють на основі стійких і довготривалих двосторонніх і багатосторонніх договірних відносин [28, с. 151; 232, с. 15]. Відсутність диктату з боку якоїсь однієї структури в поєднанні з ба-

гатовекторністю відповідних інтеграційних зв'язків і добровільністю участі в кластері посилюють його життєздатність [262, с. 97].

Певний кластер можуть формувати різні за галузевою належністю й виконуваними функціями підприємства, організації, установи. Тому, розглядаючи його структуру, виділяють ядро та оболонку (кластероутворювальні блоки). Ядро кластера формують підприємства – виробники основної продукції. В агропромисловому (харчовому) кластері такими є переробні та сільськогосподарські підприємства. До інших блоків належать інфраструктурні елементи – підприємства виробничого обслуговування, наукові, консалтингові, освітянські установи, фінансові структури, а також органи регіональної влади, громадські організації.

Очевидно, можливі різні варіанти присутності інфраструктурних елементів у кластері. Чимало авторів (у тому числі й М. Портер, якого вважають засновником кластерної теорії) наголошують на важливості участі в такому об'єднанні науково-дослідних та освітянських установ. За їх наявності кластер можна віднести до категорії інноваційних, а такий, за справедливим твердженням О. Ульяновка, є найпрогресивнішою формою досягнення конкурентних переваг [211, с. 57]. Водночас поряд з інноваційними можуть функціонувати й інші види кластерів, у яких співпраця підприємств-виробників з науковими установами не має системного характеру.

Доволі принциповим є питання про участь у діяльності кластерів органів державної влади. Окремі автори відносять їх до безпосередніх (обов'язкових) учасників кластера [28, с. 246; 131, с. 303]. На думку інших дослідників, низький рівень участі органів виконавчої влади, місцевого самоврядування в реалізації кластерних проектів є одним з основних ризиків реалізації кластерної політики [232, с. 136]. У практиці створення агропромислових кластерів в Україні представники регіональної влади нерідко виступають одними з ключових їх організаторів. Вважаємо, певною мірою вони можуть виконувати роль третейських судів у вирішенні спорів між учасниками кластера. Безумовно, ініціююча й координуюча роль органів влади у становленні й функціонуванні кластерів, формуванні сприятливого середовища для їх функціонування надзвичайно важлива. Однак не менш важливою у формуванні кластерів є підприємницька ініціатива, яку не можуть повністю компенсувати ніякі зусилля владних структур.

Аграрні (агропромислові, харчові) кластери можуть бути створені на різних організаційних рівнях. У багатьох регіонах України оголошено про створення кластерів, що територіально охоплюють цілу область, зі широким представництвом у них різноманітних підприємств АПК, наукових організацій, органів влади, фінансових структур. Прикладами їх є харчовий кластер “Купуй запорізьке – обирай своє!” в Запорізькій області, агропромисловий інноваційний кластер “Агроінновації” – у Рівненській, переробно-харчовий кластер – у Вінницькій областях та ін.

Набуває поширення ідея створення регіональних кластерів в окремих продуктових підкомплексах АПК, ядро яких формували б регіональні лідери – переробні підприємства та виробники сільськогосподарської продукції. Зокрема, створення чотирьох кластерів – зернового, бурякоцукрового, молочного та свинарства – задекларовано в Стратегії економічного і соціального розвитку Сумської області на період до 2015 року [194]. Такі кластери вважаються дієвим інструментом забезпечення соціально-економічного розвитку регіону, в якому вони створені, тому зазвичай активну участь в їх формуванні беруть органи місцевої влади.

Прикладами вузькоспеціалізованих кластерів за участю сільськогосподарських товаровиробників є об’єднання виробників органічної продукції в Полтавській та Чернівецькій областях, виробників меду “Бджола не знає кордонів” у Запорізькій області. Оригінальним прикладом кластерів за участю сільгоспвиробників є бізнес-проекти під егідою Європейської мережі регіональної кулінарної спадщини. Створена у 1995 році у Швеції, мережа об’єднує 24 регіони з 14 країн Європи. Учасниками проектів є ресторани, сільгоспвиробники, представники туристичного бізнесу, магазини, що пропонують туристам чи споживачам певний продукт або страву з чітко вираженою регіональною специфікою [298]. Україну в цій мережі представляє кластер у Рівненській області, розглядається можливість офіційного приєднання інших областей Західної України.

Важливою ознакою кластера, який і формує певну конкурентну перевагу для його учасників, є наявність бренду (торгової марки, гасла тощо), який забезпечуватиме впізнаваність відповідної продукції. Звичайно, бренд повинен підтримуватися наявністю високих стандартів якості продукції, без яких кластер не має жодних перспектив. Сільськогосподарські підприємства, утворюючи кластер з перероб-

ними підприємствами, зобов'язані забезпечувати вимоги щодо якості продукції.

Кластерна організація економіки вважається важливим механізмом забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів. У різних регіонах країни є неоднакові умови для формування та ефективного функціонування аграрних кластерів. З іншого боку, як свідчить світова практика, існує чимало виробничих структур, які на основі концентрації підприємств певного сектора економіки та наявності тісних взаємозв'язків між ними реально утворюють певний кластер, але він, однак, офіційно ніде не відображений. Йдеться про так звані потенційні, або латентні [58, с. 49; 212, с. 188], кластери, які важливо ідентифікувати й створити умови для їх інноваційного розвитку.

Для ідентифікації потенційних кластерів у світовій практиці пропонується визначати коефіцієнт локалізації за формулою:

$$LQ_{ij} = \frac{E_{y_i}}{E_j} : \frac{E_{in_i}}{E_n}, \quad (5.1.)$$

де LQ_{ij} – коефіцієнт локалізації для i -ї галузі j -го регіону; E_{y_i} – кількість зайнятих у галузі i в j -му регіоні; E_j – загальна кількість зайнятих в j -му регіоні; E_{in_i} – кількість зайнятих у галузі i в державі; E_n – кількість зайнятого населення в державі [28, с. 258].

Значення $LQ > 1$ вказує на спеціалізацію регіону в певній галузі. Чим вище це значення, тим кращі в регіоні можливості для формування відповідного кластера. Оцінка здійснюється за часткою осіб, зайнятих у відповідному секторі економіки. Використовуючи цю методику, ми визначили коефіцієнти локалізації в розрізі областей України, які вказують на наявність умов для формування аграрних кластерів, до ядра яких входитимуть сільськогосподарські підприємства (дод. Щ).

Відповідні розрахунки виконані з використанням даних Державної служби статистики України про кількість штатних працівників у тих сільськогосподарських підприємствах, де вона перевищує 10 осіб, а також про кількість працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві в усіх агропідприємствах, включаючи фермерські господарства. Встановлено, що суттєвої різниці між відповідними коефіцієнтами немає. Також на основі врахування інформації про кількість працівників галузі тваринництва у великих і середніх сільськогосподарських підприємствах (які звітують за формою № 50-сг) ви-

значені коефіцієнти локалізації, які відображають перспективність формування в окремих регіонах України харчових кластерів із виробництва продукції тваринницького походження.

Перспективність створення аграрного кластера визначається наявністю умов для виробництва сільськогосподарської сировини. Розміщення переробних підприємств, як правило, тяжіє до сировинних зон. Отже, кількість працівників сільськогосподарських підприємств дійсно може бути використана для встановлення наявності виробничого потенціалу створення аграрних кластерів [262, с. 98]. Групування регіонів України за рівнем цього потенціалу наведено в табл. 5.2. У розрахунках не бралася до уваги чисельність зайнятих в особистих селянських господарствах, адже останні не беруть безпосередньої участі у формуванні кластера, а лише в окремих випадках впливають на його функціонування опосередковано.

Таблиця 5.2

Групування регіонів України за наявністю потенціалу для створення аграрних кластерів*

Значення коефіцієнта локалізації	Виробничий потенціал для створення кластера	Область	
		аграрні кластери широкого профілю	кластери з виробництва продукції тваринницького походження
$LQ > 1,8$	високий	Вінницька, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Черкаська, Чернігівська	Київська, Полтавська, Черкаська, Чернігівська
$1 < LQ < 1,8$	значний	Запорізька, Миколаївська, Одеська, Сумська, Херсонська, Хмельницька	Вінницька, Волинська, Житомирська, Кіровоградська, Сумська, Хмельницька
$LQ \leq 1$	відносно низький	АР Крим, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Чернівецька	АР Крим, Дніпропетровська, Донецька, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Чернівецька

* Сформовано з використанням джерел [134; 151].

Області України, в яких коефіцієнт локалізації менший за одиницю, аж ніяк не можна вважати непридатними чи малоприсадибними для формування аграрних кластерів. Так, у них доволі складно буде сформувати потужний кластер за участю великої кількості сільськогосподарських підприємств. Натомість цілком можливе формування локального вузькоспеціалізованого кластера, який складався би з переробного підприємства, зорієнтованого на інноваційний розвиток, та інтегрованої з ним відносно невеликої кількості сільськогосподарських товаровиробників.

Створення багатьох кластерних структур, особливо вузькоспеціалізованих, здійснюється через формування громадського об'єднання. Більше того, наявність такого об'єднання, яке візьме на себе функції координуючого центру, визначатиме стратегію розвитку, небезпідставно вважається обов'язковим елементом формування кластера [28, с. 246; 131, с. 11]. Водночас участь сільськогосподарського підприємства в громадському об'єднанні не означає, що воно входить до певного кластера. Громадське об'єднання сільгоспвиробників може стимулювати їх до утворення обслуговуючого кооперативу. У таких об'єднаннях, створених за певною професійною чи галузевою ознакою, можуть брати участь окремі члени агрохолдингів. З урахуванням цього ми схильні розглядати громадські об'єднання як форму інтеграції, яка доповнює, розвиває інші форми інтеграції, доволі часто – допомагає їх створювати, тобто в інтеграційних процесах виступає важливим зв'язуючим елементом [273].

Сукупність, принципи створення та функціонування громадських об'єднань визначаються Законом України “Про громадські об'єднання”. Участь у них сільськогосподарських підприємств відбувається у формі створення громадської спілки. Остання може здійснювати свою діяльність зі створенням юридичної особи чи без набуття такого статусу. Основні принципи діяльності громадських об'єднань (добровільності, рівності перед законом, відсутності майнового інтересу у членів, прозорості, відкритості, публічності [155]) спрямовані на створення довірливих відносин між його членами, запобігання домінуванню окремих із них.

Функціонування громадського об'єднання не передбачає консолідації основних засобів, фінансових чи інших ресурсів його членів, рух матеріальних цінностей, розподіл вигоди між ними. Такі функції реалізуються в рамках інших інтеграційних структур. Однак це не

применшує важливості громадських об'єднань в економічних процесах. Вони покликані мобілізувати своїх членів на вирішення певної проблеми, а якщо йдеться про підприємства – трансформувати руйнівні аспекти конкурентних відносин між ними в переваги співпраці, взаємоповаги, компромісу.

Життєздатність громадського об'єднання (яка визначається кількістю активних членів, частотою та змістом прийняття певних рішень) є індикатором перспективності й інших форм інтеграції суб'єктів, зокрема, кооперативних, кластерних. Існує чимало прикладів у край низької активності громадських об'єднань, створених за участю сільськогосподарських товаровиробників, відсутності в них реальних позитивних здобутків. Вони, вважаємо, свідчать про проблеми у розвитку в нашому суспільстві неформальних інститутів (світоглядних установок, норм поведінки) конструктивного характеру. Виходячи з цього, навіть формальне створення певного громадського об'єднання можна вважати певним кроком уперед, який дає змогу оцінити можливості лідерів, зламати стереотипи, набути досвіду, відкинути невдалі варіанти вирішення проблеми й перейти до розгляду інших, альтернативних.

Підприємство, яке схиляється до реалізації конкурентної стратегії кооперації, повинно здійснити свідомий вибір певної організаційної форми інтеграції, враховуючи мету інтегрування, власні ресурсні можливості, уподобання, а також зовнішні обставини (ресурси й уподобання потенційних партнерів, ринкову кон'юнктуру, позицію органів місцевої влади тощо). Здійснюючи цей вибір, суб'єкт господарювання повинен встановити баланс переваг, яких він набуде, та зачеплених інтересів (у вигляді додаткових витрат, звуження господарської самостійності тощо), на які йому доведеться погодитися.

Участь сільськогосподарських підприємств у певних інтеграційних процесах сприятиме зміцненню їх конкурентоспроможності, якщо супроводжуватиметься формуванням суттєвих конкурентних переваг. Зазвичай такі переваги пов'язані зі зниженням витрат. Насамперед йдеться про можливість зниження трансакційних витрат, що супроводжують процедури відчуження і присвоєння прав власності. Зокрема, йдеться про витрати, пов'язані з отриманням інформації про параметри ринкової кон'юнктури, веденням переговорів, оформленням контрактів, контролем за їх виконанням, юридичним захистом

інтересів суб'єктів господарювання у разі їх порушення під час виконання контрактів тощо [218, с. 51].

Завдяки інтеграційним відносинам сільськогосподарські підприємства можуть зменшити не тільки трансакційні, а й трансформаційні витрати, які виникають безпосередньо в процесі використання чинників виробництва. Йдеться насамперед про те, що завдяки збільшенню обсягів виробництва, яке розглядається як один з ефектів інтеграції, досягається економія умовно-постійних витрат, пов'язаних із використанням основних засобів, трудових ресурсів. Серед інших позитивних екстерналій виділимо поліпшення іміджу підприємства.

Окремі переваги кількісно виміряти відносно легко. Наприклад, можна доволі точно визначити прямі ефекти, враховуючи очікувану знижку ціни (вартості) придбання чи використання окремих видів ресурсів, ціну продажу власної продукції, обсяги її реалізації. Натомість результати, що можуть бути отримані від зміни окремих параметрів господарської діяльності у віддаленій перспективі, оцінити доволі складно. Ще складніше виразити у вартісному еквіваленті такі потенційні вигоди, як набуття досвіду, поліпшення іміджу підприємства завдяки причетності до бренду, підвищення власної самооцінки тощо. Ці неявні (опосередковані) позитивні ефекти також слід брати до уваги, оцінюючи конкурентні переваги від того чи іншого виду інтеграційних відносин.

Функціонування інтеграційних структур, як і будь-яких інших інституцій, пов'язане з певними витратами. Їх також можна розділити на прямі й опосередковані (побічні). Прямі вимірюються витратами коштів у вигляді членських внесків, відрахувань з доходу, необхідних для забезпечення діяльності інтеграційного об'єднання, зокрема відповідного органу управління ним (правління кооперативу, громадської спілки, кластера тощо). До них слід віднести й затрати часу, пов'язані з участю представників підприємства в діяльності інтегрованих структур, зокрема в їх керівних органах. Оцінка затрат часу має індивідуальний характер, але також може бути здійснена доволі легко й трансформована у вартісну форму з урахуванням рівня продуктивності та/чи оплати праці відповідних працівників підприємства.

До опосередкованих витрат належать ті незручності, з якими зіштовхується суб'єкт господарювання, увійшовши до інтеграційного об'єднання. Йдеться про певну фактичну й потенційну втрату самостійності, пов'язану з необхідністю координувати свої дії з іншими

учасниками об'єднання, ймовірною загрозою тиску з боку лідерів об'єднання та ін. Оцінити їх кількісно доволі складно, але, як свідчить практика, саме вони виступають вагомими (нерідко – основними) причинами пасивності сільськогосподарських товаровиробників у розвитку інтеграційних зв'язків.

Ілюстрацією останнього твердження, вважаємо, є дуже скромні результати розвитку в Україні сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. Вигоди, які вона може принести сільськогосподарським підприємствам, особливо невеликим, очевидні й не підлягають сумніву. Існують численні методичні рекомендації й посібники, в яких детально описані кроки, що їх слід здійснити суб'єктам господарювання для створення обслуговуючого кооперативу, вказані ймовірні помилки, яких слід уникати, описані способи вирішення певних проблем (наприклад, пов'язаних з оподаткуванням таких кооперативів), наведені примірні статuti й зразки інших документів. Однак відчутних кількісних і якісних зрушень, як уже зазначалося, поки що не спостерігаємо.

Таку ситуацію, вважаємо, певною мірою можна пояснити на основі положень теорії прав власності як складової частини інституційної теорії. Згідно з цією теорією система приватної власності, в рамках якої не потрібні дозволи на нестандартне використання майна, спрощена процедура прийняття важливих управлінських рішень, забезпечується переміщення ресурсів до суб'єктів, здатних розпорядитися ними краще за інших, характеризується високою ефективністю, стимулює нововведення [218, с. 44]. Ці переваги значною мірою втрачаються в рамках кооперативних утворень, для яких характерна спільна власність (хоча й у дещо умовному трактуванні цього поняття). У результаті ті функції на сільськогосподарському ринку, які могли б виконувати обслуговуючі кооперативи, перекладаються на посередницькі структури, сформовані на основі приватної власності.

Привабливість певного інтеграційного утворення для сільськогосподарського підприємства визначається співвідношенням вигод і витрат, яке воно отримає від членства у відповідному об'єднанні [273]. Йдеться як про безпосереднє (пряме) збільшення доходів і витрат суб'єктів господарювання, так і про позитивні й негативні побічні ефекти, пов'язані з членством у відповідній структурі. Порівняння відповідних прямих і опосередкованих результатів є визначальним у прийнятті остаточного рішення щодо того, на яку саме ор-

ганізаційно-економічну форму інтеграції слід орієнтуватися. Як зазначалося, ідентифікація та кількісна оцінка окремих ефектів супроводжується методичними труднощами. Це, очевидно, ускладнює процес прийняття рішення суб'єктом господарювання або спонукає його схилитися до простішого в організаційному плані варіанта.

Пропонуємо методику узагальнення вигод і витрат (прямих і опосередкованих), які отримає сільськогосподарське підприємство від участі в інтеграційному об'єднанні. Їх доцільно звести в єдину таблицю (дод. Ю). Прямі (явні) вигоди й витрати обчислюють у вартісній формі з урахуванням очікуваних змін в обсягах виробництва й реалізації окремих видів продукції, змін у цінах продажу й придбання товару, обсягів використання ресурсів, необхідних виплат тощо. Відповідні розрахунки виконують безпосередньо фахівці підприємства, до їх визначення можуть залучатися експерти, консультанти, партнери по бізнесу тощо. Зважаючи на імовірнісний (приблизний) характер розрахунків, пропонується проставляти за кожною позицією також оцінку в балах, яка відображатиме значущість відповідних доходів чи витрат у формуванні кінцевих фінансових результатів функціонування підприємства.

Оскільки вартісну оцінку окремих позитивних і негативних опосередкованих (побічних) наслідків інтеграції здійснити зазвичай дуже складно чи неможливо, пропонуємо визначати їх значущість лише за допомогою умовних балів. Звичайно, при цьому йтиметься про відображення суб'єктивних поглядів засновників (менеджменту) підприємства.

Ми не пропонуємо завершувати оцінку перспективності участі сільськогосподарського підприємства в інтеграційному об'єднанні порівнянням узагальнюючих критеріїв вигод і витрат за їх сукупністю, оскільки розуміємо складність і дискусійність процедури зведення відповідної інформації до єдиних показників. Вважаємо, що самої ідентифікації та оцінки обставин у розрізі окремих позицій запропонованої табличної форми достатньо для прийняття зваженого рішення. Узагальнення результатів аналізу ситуації у відповідній таблиці допомагає суб'єкту господарювання оцінити свої потреби і проблеми, визначити вплив інтеграції на перспективи його розвитку. Позитивне значення матиме вивчення у процесі цього дослідження поглядів представників інших підприємств, зокрема ініціаторів інтегра-

ційного об'єднання, які й визначають основні засади членства в ньому.

Методика вибору сільськогосподарським підприємством організаційно-економічної форми інтеграційного об'єднання передбачає порівняння досліджуваного варіанта з альтернативними. Найзручнішою базою для порівняння виступає контрактна форма інтеграції, де відповідні проблеми вирішуються за допомогою присутніх на ринку посередників, засади співпраці підприємства з яким визначаються укладеними договорами. Зокрема, саме через посередників сільськогосподарські підприємства закупають більшість необхідних їм ресурсів і реалізують значну частину своєї продукції.

У суспільстві склалася небезпідставна думка про значні економічні втрати, що їх зазнають сільськогосподарські підприємства від співпраці з ринковими посередниками. Необхідність створення альтернативи посередницьким комерційним організаціям задекларована й у низці програмних документів [40, с. 18; 193, с. 50]. Однак ми не схильні оцінювати ситуацію настільки негативно. Посередницькі структури – невід'ємний атрибут ринкової економіки. Вони створюють робочі місця, виконують важливі комунікаційні функції, розвивають своєю діяльністю ринкову інфраструктуру. Оскільки сільськогосподарські підприємства не здійснюють вагомих кроків до розвитку обслуговуючої кооперації, напрошується висновок, що співпраця з посередниками сприймається основною їх частиною як прийнятний варіант організаційно-економічної форми інтеграційних відносин.

Ми загалом поділяємо критичні погляди на деякі аспекти поведінки посередницьких структур на вітчизняному сільськогосподарському ринку. Вирішення відповідних проблем можливе лише через загострення конкуренції в середовищі, де діють посередники. Власне, розвиток обслуговуючої кооперації й спрямований на підвищення рівня цієї конкуренції. Якщо з певних причин такі кооперативи не набувають поширення, альтернативою їм є поява на відповідному сегменті ринку інших посередницьких структур. Вважаємо, стимулювання розвитку інституту посередництва як елемента інфраструктури сільськогосподарського ринку повинно знайти відображення в офіційній аграрній політиці в нашій країні.

Удосконалення системи ділових відносин між агровиробниками та їх діловими партнерами в рамках контрактної форми вертикальної інтеграції є одним із найважливіших елементів методології зміцнення

конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Насамперед йдеться про узгодження інтересів сільськогосподарських товаровиробників і покупців їх продукції – переробних підприємств, посередників. Існуючу систему двосторонніх контактів між ними доцільно розвивати в напрямках:

- укладення тривалих за терміном дії договорів, основні параметри яких (щодо обсягів реалізації продукції, вимог до її якості, термінів поставки, умов транспортування тощо) розширюють можливості стратегічного планування діяльності підприємств;

- удосконалення системи ціноутворення на сільськогосподарську продукцію через встановлення принципів формування ціни, умов і механізмів її перегляду.

Налагодження розрахованих на тривалу перспективу зв'язків між суб'єктами інтеграції, у рамках яких були б чітко визначені ключові параметри їх співпраці, відповідальності за недотримання угод, ставилися б завдання підвищення якості сировинної та кінцевої продукції, сприятиме формуванню стійких інтеграційних структур, адаптованих до виконання завдань ефективного функціонування в складних ринкових умовах. Йдеться про формування інтегрованих структур кластерного типу, більш організованих і стійких, ніж виробнича система, заснована на сукупності короткотривалих ситуаційних контрактів. У рамках таких структур суб'єкти господарювання зберігатимуть повну адміністративну автономію, отримуватимуть певні гарантії на перспективу з одночасним визначенням вимог, які їм необхідно виконувати для отримання цих гарантій.

На розвиток інтеграційних відносин справляють помітний вплив не лише формальні, а й неформальні інститути. До таких, як відомо, належать традиції, звичаї, моральні установки, стереотипи [97, с. 38-39]. Ці інститути позначаються на рівні довіри між членами інтеграційних утворень, дотриманні ними взятих на себе зобов'язань, прогнозованості дій партнерів по бізнесу тощо. Від них залежить рівень трансакційних витрат суб'єкта підприємницької діяльності, пов'язаних із забезпеченням прав власності. Доволі часто саме ці витрати – як прямі, так і опосередковані (у вигляді недоотриманого доходу) – є настільки великими, що створюють загрозу самому існуванню підприємства.

В Україні утвердилася думка про величезні інституційні пастки у структурі неформальних інститутів підприємництва. Як зазначає

А. Виноградська, “у свідомості населення поняття честь, порядність, доброзичливість, етика та культура не пов’язані з образом підприємця” [24, с. 245]. Випадки поставки неякісної продукції (зокрема, продовольчої), рейдерських захоплень бізнесу, намагання отримати максимальну миттєву вигоду, не зважаючи на інтереси партнерів, стали системою. Відповідні проблеми посилюються прогалинами у формальних інститутах. За слушним твердженням В. Лагутіна, “ринкова координація підміняється законом сильного, не створено системи справедливого правосуддя, панівне місце посідають корупція, адміністративний та силовий тиск” [91, с. 18].

Саме із зазначеними проблемами, вважаємо, значною мірою пов’язані скромні результати розвитку сільськогосподарської кооперації, тотальна недовіра до інституту посередництва в аграрному бізнесі, труднощі з формуванням дієвих кластерних структур та інші негативні явища в системі інтеграційних відносин за участю сільгоспвиробників. Натомість відносно комфортно себе почувають агрохолдингові структури, спроможні лобіювати свої інтереси, вирішувати господарські проблеми лише власними силами. У таких умовах складно реалізувати рекомендації, спрямовані на зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, що розраховані на застосування в умовах чесних конкурентних відносин.

Розвиток неформальних інститутів підприємницької діяльності повинен відбуватися через утвердження певного етичного кодексу підприємця. Такий кодекс міститиме низку принципів поведінки бізнесмена, серед яких (не претендуючи на авторство):

- бути чесним вигідно;
- краще разом вижити, аніж разом загинути;
- довіра до інших, повага до будь-якої особистості;
- цінування професіоналізму, компетентності;
- засудження неетичних пропозицій від інших представників бізнесу;
- турбота про екологію [24, с. 244; 36, с. 154].

Етичні проблеми, пов’язані з бізнесовою діяльністю, швидко вирішити неможливо. Не існує й простих рецептів утвердження відповідних цінностей. За твердженням Ю. Губені, “сучасна етика бізнесу не може бути жодним моралізаторством чи проповідництвом” [35, с. 88]. Потрібні комплексні дії в системі освіти, культури, у формуванні громадської думки, зміцнення інституту сім’ї тощо. Важливе

значення матиме інтегрованість України в економічні системи, де етичні норми бізнесових відносин є загальноприйнятими. Слід усвідомити, що позитивні результати у вирішенні цих проблем залежать не тільки від дій політичної еліти, а й від позиції кожного члена суспільства.

Розвиток інтеграційних відносин між суб'єктами аграрного бізнесу, з одного боку, є дієвим засобом вирішення їх економічних проблем, зміцнення їх конкурентоспроможності, а з іншого – виступає тим полігоном, на якому вже сьогодні потрібно впроваджувати засади етичного кодексу підприємця.

5.2. Державне регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі

Діяльність сільськогосподарських підприємств, як і будь-яких інших суб'єктів підприємницької діяльності, відбувається в певному правовому полі, яке формують і регулюють державні органи. Теза про необхідність державного регулювання економічних процесів сприймається як аксіома. Водночас питання щодо рівня допустимого впливу з боку держави на ці процеси, принципи й методи його здійснення належать до найактуальніших в економічній теорії та практиці. Їх вирішення втілюється у формуванні певного конкурентного середовища, яке визначає вектори, темпи й результати розвитку національних економік і світових економічних систем.

Відносини економічної конкуренції є одним із базових елементів господарського механізму в країнах з ринковою економікою. Їх стимулююча функція не може бути замінена жодними адміністративними важелями. Однак повна лібералізація інвестиційного середовища в галузі, відсутність контролю над процесами, що в ній відбуваються, як свідчить практика, зумовлює небезпеку розвитку небажаних явищ. Їх можна трактувати як негативні наслідки різних видів конкуренції за участю сільськогосподарських товаровиробників – галузевої (за контроль над ресурсами, ринками), видової (йдеться про пріоритети у виробництві окремих видів сільськогосподарської продукції), міжнародної (зі зарубіжними виробниками), з партнерами із суміжних галузей за розподіл доходів тощо. Зважаючи на це, певний рівень втру-

чання державних органів у процесі розвитку сільського господарства є необхідним. Він хоча й обмежуватиме деякі наміри інвесторів сільськогосподарських підприємств, однак спрямовуватиме їх дії в бажаному для суспільства руслі. Система державного регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі повинна передбачати:

- антимонопольне регулювання певних процесів, у тому числі поведінки сільськогосподарських товаровиробників;
- лобіювання інтересів вітчизняних агровиробників на світових ринках і суспільних інтересів на внутрішньому;
- забезпечення вимог природоохоронного та екологічнобезпечного сільськогосподарського виробництва, високих стандартів якості агропродовольчої продукції;
- пряму та опосередковану фінансову підтримку сільськогосподарських підприємств [288, с. 390-391].

Антимонопольний контроль займає ключове місце в системі державного регулювання конкурентних відносин. З метою його здійснення в Україні створено Антимонопольний комітет із системою територіальних відділень. Перед ним стоїть завдання здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом, сприяння розвитку добросовісної конкуренції тощо [153].

Як зазначалося, до найгостріших проявів конкуренції в аграрному секторі належить суперництво за право використання (оренди) земельних ресурсів. Процес концентрації використання сільськогосподарських угідь окремими підприємствами повинен підлягати контролю з боку Антимонопольного комітету України. Вважаємо, слід визначити параметри максимально допустимої частки використовуваних одним підприємством (орендарем) угідь у загальній їх площі на рівні місцевої ради, адміністративного району [263, с. 205-206].

Пропонуємо затвердити норму, за якою площа сільськогосподарських угідь, що їх орендує одне господарство, не повинна перевищувати 35% усієї площі угідь адміністративного району, використовуваних сільськогосподарськими підприємствами. Такий їх розмір узгоджується з положенням статті 12 Закону України “Про захист економічної конкуренції”. Відповідна норма повинна бути внесена до Закону України “Про оренду землі”. Таке обмеження захищатиме інтереси численних невеликих сільськогосподарських підприємств,

яким доволі важко протистояти на ринку оренди угідь потужним агрохолдинговим структурам.

Допускаємо, що вимоги щодо обмеження частки угідь у користуванні одного суб'єкта господарювання можуть бути обійдені через створення дочірніх підприємств. Тому обмеження щодо концентрації оренди сільськогосподарських угідь в окремому адміністративному районі слід поширити не тільки на конкретний суб'єкт господарювання, а й на його засновників. Зазначимо також, що у разі створення дочірнього підприємства певною мірою враховуються інтереси працівників, у тому числі спеціалістів, трансформованого господарства, налагоджується доволі тісний контакт між менеджментом нового суб'єкта господарювання та органами місцевого самоврядування, які представляють інтереси сільської громади.

Елементом антимонопольного контролю є моніторинг за закупівельними цінами на сільськогосподарську продукцію. Окремі випадки синхронного зниження цін на сировинну продукцію тваринництва переробними підприємствами країни в попередні роки вже були предметом уваги Антимонопольного комітету України. Крім того, згідно із Законом України “Про державну підтримку сільського господарства України” держава через діяльність Аграрного фонду впливає на динаміку цін на агропродовольчому ринку за допомогою товарних і фінансових інтервенцій. Відповідно до вимог цього закону Кабінет Міністрів України може вводити мінімальні закупівельні ціни на окремі види сільськогосподарської продукції. Зокрема, адміністративне регулювання здійснюється стосовно цін на цукрові буряки і цукор, молоко. У разі їх порушення передбачені штрафні санкції до відповідних суб'єктів господарювання.

Останніми роками сформувалася інша ситуація, яка, вважаємо, вимагає державного втручання. Йдеться про неоднаковий доступ до високих цін, вигідних каналів реалізації продукції для окремих сільгоспвиробників. Нерідко вертикальні інтегровані структури відображають у звітності дуже високі закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію. Наприклад, за середньої ціни реалізації цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами України у 2011 році 51,97 грн/ц підприємства Тернопільської області продавали їх за ціною 82,76 грн/ц, тоді як Житомирської та Дніпропетровської – менш ніж за 40 грн/ц [133, с. 42]. У 2011 році окремі сільськогосподарські підприємства Пустомитівського району Львівської області продавали

ріпак за ціною, що перевищувала 2000 грн/ц, тоді як підприємства інших районів – за ціною, що переважно не виходила за межі 300-400 грн/ц. Такі випадки, вважаємо, також повинні бути об'єктом контролю з боку державних органів, особливо якщо буде встановлений диференційований підхід одного й того самого покупця сільськогосподарської продукції до різних її продавців.

Дієвим елементом державного регулювання відносин між сільськогосподарськими та переробними підприємствами вважаємо контроль за якістю продовольчої продукції, зокрема вмісту сировини тваринницького походження у м'ясних і молочних продуктах. Актуальність цієї проблеми та особливості її прояву розглянуті в попередньому розділі. Державний контроль за якістю продовольчих товарів є адміністративним важелем, застосування якого не суперечить засадам ринкової економіки. Він, зокрема, дасть змогу підвищити в Україні попит на якісну сировинну продукцію тваринництва, що в кінцевому підсумку позитивно позначиться на конкурентоспроможності тих сільськогосподарських підприємств, які спеціалізуються на її виробництві.

Державне регулювання конкурентних відносин між сільськогосподарськими підприємствами та їх діловими партнерами може відбуватися й у вигляді участі органів адміністративно-господарського управління та контролю в роботі третейських судів, покликаних вирішувати спори між учасниками аграрного кластера. Наявність такого суду, який би вирішував відповідні проблеми всередині кластера, вважається одним із принципів кластерної організації виробництва [131, с. 306]. Як зазначалося, участь у діяльності кластера державних органів багатьма дослідниками вважається необхідною. Водночас представники державних органів у кластері не повинні повністю перебирати на себе функції такого суду. Йдеться про ділянку роботи, яка ще потребує апробації на практиці. Оскільки навіть у рамках кластерного утворення сільськогосподарські підприємства можуть відчувати певний монопольний тиск з боку лідерів кластера (зокрема, переробних підприємств), регулювання відносин між сторонами в такому разі ми розглядаємо як елемент антимонопольної діяльності.

На перебіг конкурентних відносин у вітчизняному аграрному секторі помітно вплинуло членство України у Світовій організації торгівлі. Його наслідками стало загострення міжнародної та видової конкуренції за участю українських сільськогосподарських товарови-

робників. Міжнародна конкуренція зросла внаслідок присутності на агропродовольчому ринку нашої країни продукції зарубіжних виробників. Крім того, зросла активність вітчизняних підприємств, що займаються експортом сільськогосподарської продукції, і це явище також можна класифікувати як загострення міжнародної конкуренції. Підвищення рівня видової конкуренції відбулося внаслідок зростання зацікавленості вітчизняних і зарубіжних інвесторів до вирощування зернових та олійних культур, експорт яких може забезпечити відчутну економічну вигоду. Відповідно відбувається перерозподіл ресурсів на користь одних видів сільськогосподарської продукції та скорочення виробництва інших.

Незважаючи на помітне збільшення експорту окремих видів продукції рослинництва, результати проникнення представників більшості продуктових підкомплексів вітчизняного АПК на світові ринки залишаються доволі скромними. З урахуванням цих обставин державі слід посилювати лобіювання інтересів українських сільгоспвиробників як на зовнішніх, так і на внутрішніх сегментах агропродовольчого ринку.

Відстоювання інтересів національних виробників не повинно нівелювати стимулюючу функцію міжнародної конкуренції. Виходячи з цього принципу, держава формує систему вимог до якості продукції, дотримуватися яких повинні не тільки імпортери, а й вітчизняні виробники. Протекціоністська політика, яка не стимулює виробників забезпечувати прийнятні параметри якості продукції, є безперспективною. Ще раз зазначимо, що жорсткий контроль за якістю сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів є дієвим важелем адміністративного регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі.

Збільшення обсягів експорту сільськогосподарської продукції значною мірою залежить від міжнародного іміджу нашої країни, її інтеграції в ті чи інші економічні структури, від кваліфікації й відповідальності вітчизняних фахівців, які забезпечують здійснення торговельних операцій із зарубіжними партнерами. У рамках нашого дослідження не вважаємо за необхідне подавати якісь міркування стосовно векторів зовнішньоекономічної інтеграції України, які залишаються предметом гострих політичних дискусій. Зауважимо лише, що експортний потенціал аграрного сектора нашої країни використову-

ється недостатньо не лише у зв'язку з технологічними проблемами галузі.

Правила Світової організації торгівлі обмежують можливості захисту внутрішніх ринків від проникнення зарубіжної продовольчої продукції. Водночас певні важелі для такого захисту залишаються. До них, зокрема, належить обмеження імпорту низькоякісної продукції. Міжнародну торгівлю сільськогосподарською продукцією між країнами – членами СОТ регламентує Угода про сільське господарство. Стаття 5 цієї Угоди “Положення про спеціальні захисні заходи” передбачає можливість за певних обставин обмежувати обсяги імпорту сільськогосподарського товару на територію країни, встановлювати додаткове мито на ввіз товару [209].

Як уже зазначалося, динаміка імпорту продовольчої продукції в Україну поки що не свідчить про очевидну загрозу для економічних інтересів нашої країни. Більше того, зростання певних параметрів цього імпорту варто розглядати як стимулюючий чинник. Натомість певну загрозу, вважаємо, несуть перекоси у структурі вітчизняного сільськогосподарського виробництва під впливом привабливості експорту окремих видів продукції. Тому і йдеться про необхідність захисту державою суспільних інтересів, зважаючи на негативні наслідки видової конкуренції всередині сільського господарства нашої країни.

Не варто вести мову про широкомасштабне адміністративне регулювання державою обсягів виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції, хоча елементи такого регулювання (зокрема, квотування обсягів виробництва цукру) в Україні застосовуються. Ефективнішою була б модифікація механізму використання окремих видів пільг, які сьогодні поширюються на всі без винятку види сільськогосподарської продукції. Йдеться про можливість диференційованого підходу до застосування пільгового режиму сплати сільськогосподарськими підприємствами податку на додану вартість і податку на прибуток.

Статтею 209 Податкового кодексу України передбачений спеціальний режим оподаткування суб'єктів, що здійснюють діяльність у сфері сільського господарства. Згідно з цим режимом сума податку на додану вартість, нарахована сільськогосподарському підприємству на вартість поставлених ним сільськогосподарських товарів чи послуг, не підлягає сплаті до бюджету й повністю залишається в розпоря-

дженні відповідного підприємства [145]. Зазначений порядок діятиме до 1 січня 2020 року.

Сільськогосподарські підприємства України можуть отримати статус платника фіксованого сільськогосподарського податку, й у такому разі вони не є платниками податку на прибуток (стаття 307 Податкового кодексу України). Розрахунки свідчать, що для підприємств галузі, особливо тих, які спеціалізуються на виробництві зерна та продукції вирощування технічних культур, такий спеціальний режим оподаткування є вигідним. Застосування зазначених податкових пільг, як свідчить практика, позитивно вплинуло на інвестиційну привабливість вітчизняного сільського господарства, сприяє зміцненню конкурентоспроможності агропідприємств. Водночас воно не сприяє вирівнюванню умов для розвитку окремих сільськогосподарських галузей, які відзначаються різним рівнем економічної ефективності.

Елементом регуляторного впливу на структуру сільськогосподарського виробництва міг би стати диференційований підхід до справляння податку на додану вартість і застосування спеціального податкового режиму через сплату фіксованого сільськогосподарського податку окремими агровиробниками. Зважаючи на небажаність змін у вже закріплених податкових нормах, диференціацію ставок ПДВ й податку на прибуток стосовно сільськогосподарських підприємств пропонуємо поєднувати з дією Постанови Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2010 року № 164 “Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах в різних природно-сільськогосподарських регіонах” [156]. Цей нормативний акт, визначаючи певні рамки структури посівних площ у сівозміні, спрямований на забезпечення природоохоронного режиму використання сільськогосподарських угідь. Водночас, передбачаючи введення до сівозміни кормових культур, обмежуючи вирощування певних технічних культур, він впливає на формування спеціалізації агропідприємств. Тим самим здатен справляти певний вплив на видову конкуренцію за участю останніх.

Вважаємо, диференціація згаданих податкових пільг повинна застосовуватися до сільськогосподарських підприємств з площею ріллі понад 1 тис. га, які не дотримуються передбачених зазначеною постановою оптимальних співвідношень культур у сівозмінах. При цьому ставки оподаткування все ж повинні залишатися пільговими,

тобто бути меншими за основні ставки відповідних податків, визначені Податковим кодексом України. Отже, йдеться не про повну, а про часткову відміну податкових пільг, яка доповнюватиме штрафні санкції, передбачені Кодексом України про адміністративні правопорушення у разі невиконання природоохоронного режиму використання земель. Уточнимо, що статтею 53 зазначеного Кодексу за відповідні порушення передбачено накладання штрафу на посадових осіб у розмірі 15-30 неоподатковуваних мінімумів, що не може вважатися серйозною економічною санкцією для потужних сільськогосподарських підприємств.

Податкові пільги є інструментом опосередкованої фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств. До прямої такої підтримки належать дотації за виробництво окремих видів продукції, часткова компенсація банківських ставок за надані сільськогосподарським товаровиробникам кредити, деякі інші бюджетні видатки. З їх допомогою також вирівнюються певні пропорції в системі аграрного виробництва. У сукупності засоби прямої й опосередкованої фінансової підтримки формують основу політики аграрного протекціонізму, спрямованої на підтримку певного рівня прибутковості сільськогосподарських виробників, стабілізації ситуації на аграрних ринках, стимулювання соціального розвитку сільських територій. Тверде переконання про необхідність реалізації урядами країн на практиці політики такого протекціонізму сформувалося у вітчизняній і світовій практиці на підставі поглядів про неспроможність ринкового механізму забезпечити раціональну з погляду суспільних інтересів взаємодію сільськогосподарських товаровиробників з іншими учасниками аграрного ринку.

Однак існують і критичні думки щодо системи державної підтримки сільського господарства. Зокрема, Л. Бальцерович вважає визнання особливостей цієї галузі “ментальною помилкою”, а постулат “рівності доходів” на рівновеликий капітал з іншими видами діяльності – окремим випадком соціалістичної концепції прагнення до рівності становища працівників без урахування низки принципів чинників [118, с. 61]. Визнається помилковість політики надмірної підтримки сільськогосподарських товаровиробників у країнах Євросоюзу. Підтримка фермерів у цих країнах не стимулювала їх до конкуренції, відривала від вивчення та відповідного задоволення вимог ринку [92, с. 6; 248, с. 307]. До того ж вона вимагає надто великих фінансових

витрат, що негативно позначається на вирішенні інших важливих соціальних проблем.

Останнє особливо актуальне для України. Через фінансові проблеми часто не виділяються кошти навіть на передбачені в Держбюджеті програми підтримки сільського господарства. Наприклад, у 2011 році план із виділення коштів на дотування з Держбюджету галузі тваринництва виявився виконаним лише на 5,3% [11, с. 91]. У такій ситуації дуже складно вести мову про розширення масштабів державної підтримки вітчизняного сільськогосподарського виробництва, наближення її до стандартів розвинених країн.

Як відомо, рівень державної підтримки сільськогосподарського виробництва в Україні значно нижчий, ніж у багатьох економічно розвинутих країнах. Водночас вимоги Світової організації торгівлі обмежують максимальний обсяг фінансування заходів, які надають національним виробникам переваги в торгівлі агропродовольчою продукцією перед їх зарубіжними конкурентами. Йдеться про так звані заходи із “жовтого кошика”, обмеження яких підтримує реалізацію принципу справедливої конкуренції на світових агропродовольчих ринках. Обсяг фінансування зазначених заходів визначає сукупний вимір підтримки (СВП) сільського господарства окремої країни, що є членом СОТ.

Обсяг прямих витрат на підтримку сільськогосподарських товаровиробників, що здійснювали останніми роками з Державного бюджету України, був меншим за передбачені для нашої країни максимальні параметри фінансування програм “жовтого кошика”. Однак згідно з положеннями Угоди про сільське господарство встановлення СВП не обмежується прямими бюджетними видатками. До неї слід віднести й “доходи, від одержання яких держава відмовилась” [209]. Якщо включити до СВП пільги, що їх отримують сільськогосподарські підприємства України при сплаті ПДВ та оподаткуванні прибутку, доходимо висновку, що систему фінансової підтримки вітчизняних агровиробників слід модернізувати.

Розглядаючи перспективи такої модернізації, зазначимо, що в Україні налічується чимало сільськогосподарських товаровиробників, які й без бюджетних дотацій демонструють доволі високі економічні показники. Відсутність дотацій може бути компенсована приватними інвестиціями в галузь, обсяги яких залежать не стільки від наявності

задекларованих пільг, скільки від реальних дій бюрократичної системи країни.

Водночас не вважаємо за можливе замінити бюджетну підтримку повною лібералізацією інвестиційного середовища в сільському господарстві. Певний рівень втручання державних органів у відповідні процеси є необхідним. Він хоча й обмежуватиме деякі наміри інвесторів сільськогосподарських підприємств, однак спрямовуватиме їх дії в необхідному для суспільства напрямі. Йдеться про диференційоване застосування елементів прямої й опосередкованої державної фінансової підтримки виробництва підприємствами окремих видів сільськогосподарської продукції. Ця диференціація повинна бути спрямована на вирівнювання інвестиційної привабливості окремих сільськогосподарських галузей, що означатиме на практиці регулювання процесів видової конкуренції в аграрному секторі.

Власник сільськогосподарського підприємства приймає рішення про доцільність інвестування коштів у виробництво певного виду продукції, як правило, виходячи з очікуваного рівня доходів відносно понесених витрат. Співвідношення доходів і витрат залежить від закупівельних цін, технологічної ефективності виробництва продукції й певною мірою від концентрації виробництва. У тих випадках, коли існуючі (ринкові) закупівельні ціни та середньогалузева технологічна ефективність (урожайність культур, продуктивність тварин) сільськогосподарського виробництва не забезпечують прийняттого рівня окупності витрат, виникає необхідність підтримки відповідної галузі через систему бюджетних дотацій.

Рішення про надання державою такої підтримки повинно прийматися з урахуванням сукупності чинників, які в комплексі формують у власника агропідприємства зі середньостатистичними виробничими параметрами зацікавленість здійснювати інвестиції у відповідну галузь сільськогосподарського виробництва (рис. 5.1). Як індикатор інвестиційної привабливості виступає модифікований рівень рентабельності продукції. Він на відміну від традиційного показника рентабельності враховує різні елементи державної фінансової підтримки, що безпосередньо впливають на формування доходів виробника.

Модифікований рівень рентабельності сільськогосподарської продукції, який характеризує окупність витрат у відповідній галузі агровиробництва, визначається як відношення сукупного доходу від продажу продукції до повних витрат на її виробництво та реалізацію.

Сукупний дохід, окрім виручки, містить кошти, які надходять до підприємства у вигляді податкових пільг і спеціальних дотацій, призначених для підтримки виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції. Повні витрати охоплюють, окрім виробничих, розподілені на товарну продукцію адміністративні та витрати на збут.

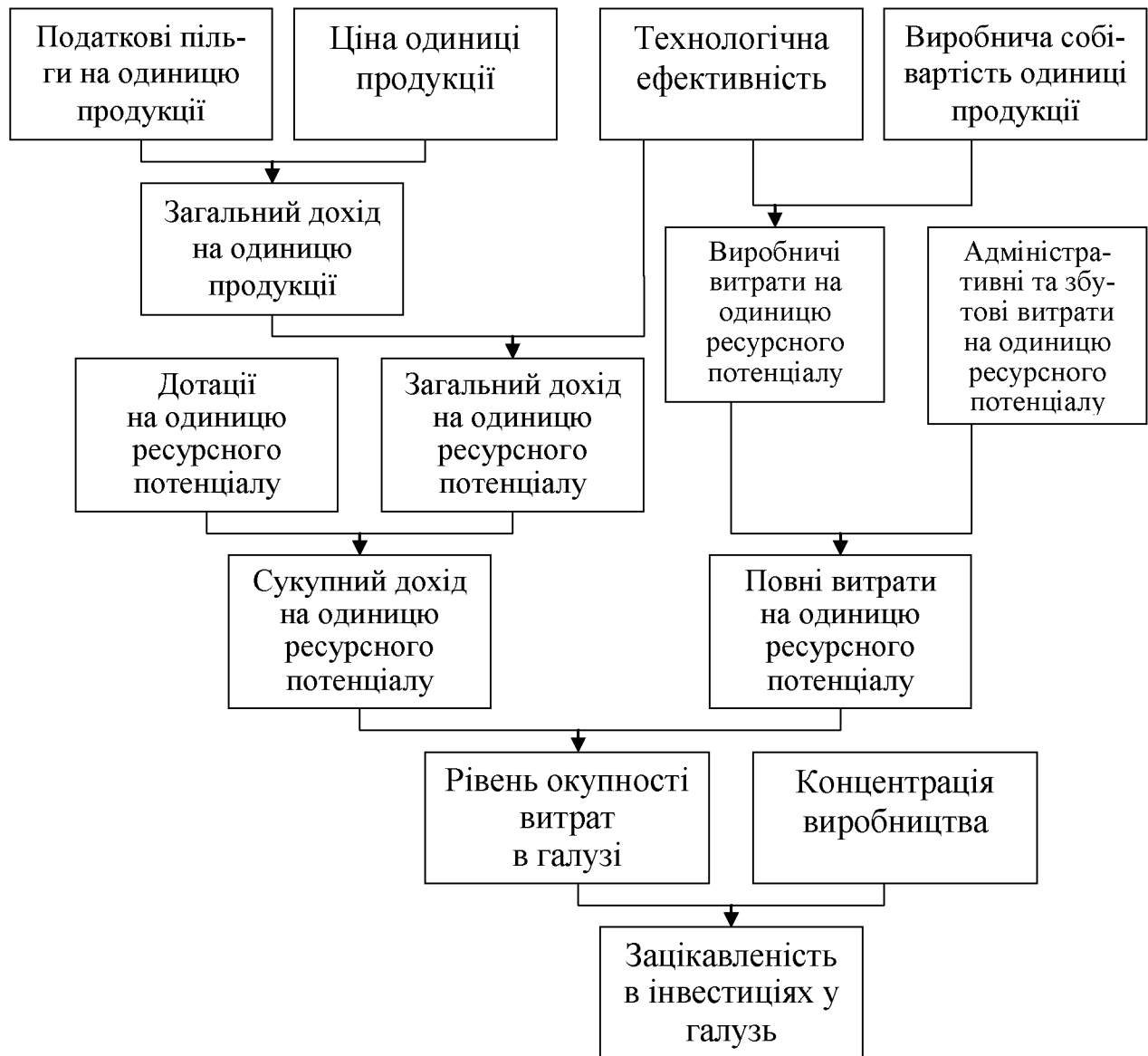


Рис. 5.1. Формування інвестиційної привабливості окремої галузі в сільськогосподарському підприємстві.

Показники сукупного доходу й повних витрат у схемі на рис. 5.1 наведені з розрахунку на одиницю ресурсного потенціалу (1 га посівів, одну голову тварин). Це дає змогу, по-перше, брати до уваги в процесі дослідження вплив рівня технологічної ефективності виробництва продукції. По-друге, так зручніше у разі потреби визначати

обсяг дотацій на одиницю ресурсного потенціалу, а саме таку форму надання фінансової підтримки сільгоспвиробникам вважаємо найраціональнішою з точки зору забезпечення її стимулюючої функції.

Виходячи з певного (середнього в галузі) рівня технологічної ефективності й типових умов виробництва сільськогосподарської продукції, встановлюють обсяг виробничих витрат, необхідний для його досягнення. Методика визначення цих витрат доволі ґрунтовно опрацьована вченими Національного наукового центру “Інститут аграрної економіки” НААН України та викладена в публікаціях [126; 227]. Обсяг розподілених на товарну продукцію накладних витрат (адміністративних і збутових) пропонуємо визначати за середнім відношенням повної собівартості реалізованої сільськогосподарської продукції до її виробничої собівартості, який мав місце в підприємствах країни останніми роками.

Враховуючи відображені в наведеній на рис. 5.1 схемі залежності, всі галузі сільськогосподарського виробництва можуть бути поділені на три групи.

1. Галузі, які характеризуються високою інвестиційною привабливістю й без податкових пільг та бюджетних дотацій.

2. Галузі, які не потребують спеціальних бюджетних дотацій, але їх розвиток варто підтримувати податковими пільгами.

3. Галузі, які, окрім податкових пільг, потребують підтримки у вигляді бюджетних дотацій з розрахунку на одиницю ресурсного потенціалу.

Ми не виступаємо за відміну діючих сьогодні податкових пільг для сільськогосподарських підприємств. Однак коли постане питання про їх диференціацію в розрізі окремих галузей сільськогосподарського виробництва, без поділу останніх на зазначені групи не обійтися. Вважаємо, відповідні розрахунки слід здійснювати кожні три роки й диференціація податкових пільг закріплюватиметься саме на такий період. Формулюючи цю пропозицію, виходимо з твердження фахівців, що оптимальний період дії податкової пільги становить 3-4 роки. За менший час пільга не спрацьовує, а за більший – виникають можливості для зловживань, втрати фіскальної ефективності [18, с. 210]. Практика свідчить, що економічна ефективність та, відповідно, інвестиційна привабливість окремих галузей сільськогосподарського виробництва може динамічно змінюватися, тому порядок поширення на

них податкових пільг повинен переглядатися із законодавчо закріпленою періодичністю.

Питання щодо надання бюджетних дотацій пропонується розглядати стосовно тих видів сільськогосподарської продукції, які упродовж тривалого періоду (трьох та більше років) характеризуються в середньому в сільськогосподарських підприємствах України від'ємними показниками окупності витрат (є збитковими). Обсяг дотацій з розрахунку на одиницю ресурсного потенціалу повинен встановлюватися, виходячи із забезпечення принаймні нульового (а в окремих випадках – і вищого, до 10%) модифікованого рівня рентабельності відповідного виду продукції за середньостатистичних умов виробництва. Для прийняття відповідного рішення можуть братися до уваги й соціальні чинники, зокрема рівень споживання в Україні з розрахунку на одну особу відповідного виду продукції. Оскільки у визначенні дотацій пропонується орієнтуватися на усереднені дані, підприємства з вищим рівнем технологічної ефективності отримають потужні стимули для здійснення інвестицій у відповідну галузь [288, с. 397].

Рівень технологічної ефективності виробництва продукції рослинництва, а в кінцевому підсумку – й інвестиційної привабливості відповідної галузі в сільськогосподарському підприємстві, значною мірою залежить від природної родючості ґрунтів. Тому виникає питання щодо врахування цього чинника для визначення дотацій на виробництво окремих видів продукції рослинництва. Зазначимо, що останніми роками основні рослинницькі галузі в сільськогосподарських підприємствах України характеризуються позитивними, нерідко – доволі високими показниками рентабельності. Винятком є льонарство, відродження якого без бюджетних дотацій на 1 га посівів льону-довгунцю є малореальним. Оскільки ця галузь зосереджена переважно на Поліссі й Прикарпатті, в районах, де варіація родючості ґрунтів не надто велика, усім виробникам може бути запропонований єдиний рівень дотації на 1 га посівів.

Окрім пільг в оподаткуванні, на сільськогосподарські підприємства поширюється передбачений чинним законодавством механізм здешевлення кредитів для суб'єктів господарювання агропромислового комплексу. Однак ми не вважаємо за доцільне враховувати його для встановлення інвестиційної привабливості окремих сільськогосподарських галузей та диференціювати цю пільгу в їх розрізі. Надто

складно було б контролювати розподіл позикових коштів на виробництво окремих видів продукції. З іншого боку, часткова компенсація плати за комерційний кредит надається сільськогосподарським підприємствам на основі рішення конкурсної комісії [157]. Вона має змогу врахувати особливості господарської діяльності претендентів на компенсацію. Крім того, як зазначалося, в Україні розглядаються альтернативні варіанти здешевлення кредитів для аграріїв, зокрема через діяльність Державного земельного банку.

Диференційований підхід до окремих галузей сільськогосподарського виробництва проявляється в наданні такої форми державної підтримки, як часткова компенсація вартості ресурсів. Зокрема, в рамках реалізації бюджетної програми “Державна підтримка галузі тваринництва” передбачене часткове відшкодування вартості племінних тварин у скотарстві, відсоткових ставок за кредитами, залученими на будівництво й реконструкцію тваринницьких і птахівничих ферм і комплексів тощо [158]. Виділення відповідних коштів здійснюється на конкурсних засадах із розглядом конкретних інвестиційних проектів. Механізм надання відповідної компенсації є у принципі раціональним. Однак існують типові для бюрократичної системи нашої країни питання щодо прозорості умов отримання бюджетних коштів.

До чинників, які впливають на інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств та окремих галузей у їх складі, належать концентрація виробництва, яка залежить від розмірів господарства. Вона, зокрема, впливає на рівень витрат на одиницю продукції та ресурсного потенціалу, знижуючи їх за рахунок економії на умовно-постійних витратах. Крім того, інвестора цікавить не тільки економічна ефективність, а й очікуваний ефект у вигляді обсягу прибутку. Цю тезу підтверджує тенденція до створення особливо великих за розмірами сільськогосподарських підприємств, особливості й наслідки якої ми розглядали раніше.

З урахуванням цих обставин вітчизняні економісти-аграрники висунули пропозиції щодо поширення низки елементів бюджетної фінансової підтримки лише на малі та середні суб'єкти господарювання [193, с. 51, 52]. Неабияким є й аргумент, що такі суб'єкти не здійснюють помітного впливу на ринкову кон'юнктуру, а тому їх підтримка суттєво не впливатиме на ринкове середовище [248, с. 304].

Поділяючи загалом такі міркування, вважаємо, що елементи бюджетної підтримки кредитування сільськогосподарських виробників, зміцнення їх матеріально-технічної бази, а в перспективі й податкові пільги повинні поширюватися на сільськогосподарські підприємства, які відповідають таким критеріям: за обсягом річного доходу підпадають під сформульовані в Господарському кодексі України ознаки малого підприємництва; використовують не більше ніж 10% площі сільськогосподарських угідь адміністративного району, а якщо землекористування здійснюватиметься в кількох районах – не більше ніж 5% сумарної площі сільськогосподарських угідь відповідних районів.

Доволі часто лунає думка, що для вирішення проблем аграрного сектора в Україні необхідно прийняти додаткові закони, які детальніше регламентуватимуть окремі сторони виробничих відносин, захищатимуть сільськогосподарських виробників від тих чи інших проблем. Звичайно, удосконалення правової бази залишається надзвичайно важливим елементом інституційного забезпечення розвитку вітчизняного сільського господарства. Водночас чимало спірних питань могли б бути вирішені й у рамках чинного законодавства. Надмірне апелювання до прогалин у законодавстві небезпечне тим, що відходить від розуміння необхідності участі у створенні раціональних конкурентних відносин самих суб'єктів господарювання.

Світові тенденції розвитку системи державного регулювання сільськогосподарського виробництва спрямовані на зниження рівня його підтримки урядами країн, використання стимулюючої функції відносин ринкової конкуренції. Наслідком такого підходу є трансформація системи аграрного виробництва в напрямі зміцнення позицій тих організаційних структур, які демонструють вищий рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Ресурсний потенціал аграрного сектора України та існуючі інституційні механізми організації його використання дають змогу розраховувати на успішну адаптацію вітчизняного сільського господарства до цих глобалізаційних тенденцій. Така адаптація передбачає диференціацію форм і рівнів державної підтримки галузі, ліквідацію бюрократичних пасток у їх застосуванні.

5.3. Удосконалення внутрішньогосподарських відносин у сільськогосподарських підприємствах

Результати функціонування сільськогосподарських підприємств залежать не тільки від забезпечення виробничими ресурсами, а й від організації їх використання, принципи та методи якого відображаються у внутрішньогосподарських відносинах – між виробничими підрозділами та адміністрацією підприємства, окремими його підрозділами та службами, виконавцями всередині підрозділів і служб. Наслідком цих відносин є рівень продуктивності праці, трудової дисципліни, ініціативності окремих працівників і первинних трудових колективів підприємства.

Погоджуємося з авторами, які оцінюють ефективність внутрішньогосподарського механізму економічного регулювання аграрного виробництва як здебільшого низьку [177, с. 11]. Це проявляється насамперед у низькому рівні та недостатній мотиваційній функції системи оплати праці, високій матеріаломісткості продукції внаслідок відсутності належного контролю за використанням матеріальних оборотних засобів, у втратах продукції, що допускаються на різних стадіях її виробництва, зберігання, переміщення тощо. Удосконалення відповідного механізму передбачає розвиток низки формальних і неформальних інститутів, які регулюють виробничі відносини на рівні сільськогосподарського підприємства. Тому ми розглядаємо його як важливий елемент інституційного забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі.

Система внутрішньогосподарських відносин сільськогосподарського підприємства складається з елементів, що їх можна згрупувати в окремі блоки – мотиваційні відносини, організаційно-технологічні, економічні (розподільчі), контролюючі та регулюючі (рис. 5.2). Ці відносини на практиці реалізуються в управлінських процесах і технологіях, які визначають засади використання ресурсів, порядок прийняття стратегічних та оперативних управлінських рішень менеджментом підприємства.

Окремі автори вважають за необхідне виділяти внутрішньогосподарські відносини використання власності [104, с. 262; 189, с. 174]. Йдеться про передачу адміністрацією підприємства комплексів земельних і майнових паїв в оренду виробничим підрозділам, закріплення за



Рис. 5.2. Система внутрішньогосподарських відносин сільськогосподарського підприємства.

первинними трудовими колективами через механізм госпрозрахункових відносин відповідальності за ефективне їх використання. Однак на практиці такі відносини поширення не набули. Орендарями землі та майна виступає адміністрація, яка, як правило, не вважає за необхідне підключати до відповідних відносин виробничі підрозділи. Якщо окремі прояви такої суборенди десь і мають місце, їх можна віднести до організаційно-технологічних, які визначають механізм формування ресурсного потенціалу окремих підрозділів і служб.

Серед елементів внутрішньогосподарських відносин особливе місце займає сформована на підприємстві система оплати праці – найважливіша складова блоку мотиваційних відносин. Як зазначалося, рівень оплати праці в сільському господарстві – серед найнижчих у розрізі галузей і сфер народного господарства нашої країни. Значною мірою вирішення цієї проблеми залежить від механізмів державного регулювання. Однак досягнення реальних позитивних зрушень слід пов'язувати насамперед із зусиллями окремих підприємств.

Удосконалення системи оплати праці перетворює її на конкурентну перевагу підприємства. Йдеться як про перевагу в змаганні з іншими суб'єктами господарювання за залучення кваліфікованих, відповідальних, ініціативних працівників (що є проявом опосередкованої економічної конкуренції), так і про формування мотиваційного механізму, здатного забезпечити підприємству нижчу виробничу собівартість та високу якість вироблюваної продукції. Нижча собівартість продукції забезпечується високою продуктивністю праці мотивованих працівників. Висока якість продукції є результатом належного рівня їх виробничої дисципліни.

Зважаючи на низький рівень оплати праці в сільськогосподарських підприємствах, насамперед постає питання про наявність резервів щодо його підвищення. Для їх визначення наведемо результати розрахунків, для яких використані зведені дані сільськогосподарських підприємств України, що звітують за формою №50-сг. У 2011 році в цих підприємствах частка видатків на оплату праці становила 9,1% у структурі витрат на основне виробництво (у 2008 році – 10,7%, тобто про принципові зміни не йдеться).

Для того щоб наблизити рівень заробітної плати в сільськогосподарських підприємствах до середнього в країні, його слід підвищити принаймні на 40%. У досліджуваній сукупності підприємств це призвело б до збільшення витрат на основне виробництво (враховую-

чи й зростання відрахувань на соціальні заходи) на 4831 млн грн, або на 4,9%. Для порівняння, у 2011 році ці підприємства отримали від реалізації сільськогосподарської продукції 19926 млн грн прибутку. Отже, в результаті зазначеного підвищення рівня оплати праці обсяг цього прибутку зменшився би приблизно на чверть.

Певні висновки щодо наявності резервів для підвищення рівня оплати праці в окремих галузях сільськогосподарського виробництва зроблені на основі аналізу даних у розрізі сільськогосподарських підприємств Львівської області. Досліджувалася ситуація в молочному скотарстві і ріпаківництві. Проаналізовані показники виробництва молока в 19 господарствах, у яких поголів'я корів на початку 2011 року перевищувало 100 голів, та результати вирощування у тому ж році озимого ріпаку в 58 підприємствах області. Формуючи вибірку для дослідження ситуації в молочному скотарстві, виходили з того, що саме за зазначеної концентрації поголів'я корів молочнотоварна ферма набуває ознак стійкості та інвестиційної привабливості. Зважаючи на особливості заповнення форми №50-ст, також не враховані дані окремих підприємств Львівської області, які вирощували ярий ріпак.

Насамперед відзначимо вкрай низьку щільність зв'язку між технологічною ефективністю виробництва молока і ріпаку (відповідно продуктивністю корів і урожайністю) та витратами на оплату праці з розрахунку на одиницю ресурсного потенціалу (одну корову, 1 га посівів). У досліджуваній сукупності господарств коефіцієнт кореляції між відповідними ознаками у молочному скотарстві становив 0,31, вирощуванні ріпаку – всього 0,19. Аналіз засвідчив, що аналогічна ситуація має місце й у інших галузях сільськогосподарського виробництва. Певною мірою її можна пояснити недоліками в обліку витрат на оплату праці. Зокрема, окремі підприємства, що вирощували ріпак, відображали у звітності нульові витрати на оплату праці і, звісно, не були включені в досліджувану сукупність. Та очевидною є й у край слабка мотиваційна функція застосовуваних у сільськогосподарських підприємствах регіону систем оплати праці.

У 2011 році в досліджуваних сукупностях сільськогосподарських підприємств Львівської області частка витрат на оплату праці в загальному обсязі витрат на виробництво молока становила 20,7%, на виробництво ріпаку – 4,7%. У зв'язку з цим за майже однакових фактичних показників рентабельності молочного скотарства і ріпаківни-

цтва резерви підвищення рівня оплати праці у цих галузях суттєво різнилися (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

Вплив підвищення рівня оплати праці на фінансові результати виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах Львівської області, 2011 р.*

Показник	Фактичні дані	За підвищення рівня оплати праці	
		на 35%	на 70%
Молоко			
Оплата праці з розрахунку на одну корову, грн	1766	2384	3002
Частка оплати праці у структурі витрат на виробництво молока, %	20,7	25,5	29,4
Прибуток від реалізації 1 ц молока, грн	65,81	41,92	18,00
Рівень рентабельності, %	26,1	15,1	6,0
Озимий ріпак			
Оплата праці з розрахунку на 1 га посівів, грн	292	394	496
Частка оплати праці у структурі витрат на виробництво ріпаку, %	4,7	6,2	7,7
Прибуток від реалізації 1 ц ріпаку, грн	88,77	82,58	76,35
Рівень рентабельності, %	24,9	22,7	20,7

* Розраховано за вибірковими сукупностями сільськогосподарських підприємств Львівської області, які звітують за формою №50-сг.

Відсутність у формі №50-сг інформації про затрати праці не дає змоги встановити за її даними рівень оплати праці в окремих галузях сільськогосподарського виробництва. Допускаючи, що в досліджуваній сукупності сільськогосподарських підприємств Львівської області річні затрати праці на одну корову можуть становити близько 200 люд.-год., на основі наведених в табл. 5.3 фактичних даних отримуємо середньомісячну оплату праці працівників молочнотоварної ферми на рівні близько 1500 грн. Підвищення її на третину (до

2000 грн) з адекватним збільшення відрахувань на соціальні заходи за інших незмінних умов зумовило би зниження рівня рентабельності молока до 15,1%. Підвищення заробітної плати на 70% (до 2500 грн, що наблизило б її до середньої в народному господарстві) призвело б до зниження рівня рентабельності молока до 6,0%. Отож, певне підвищення оплати праці працівників молочнотоварних ферм (на 20-30%) загалом можливе, однак помітніше її зростання вимагає відповідних змін у технологічній та, відповідно, економічній ефективності виробництва.

Ріпаківництво є галуззю, яка відзначається високим рівнем механізації виробничих процесів. Оскільки воно характеризується сезонністю виробництва з відносно короткочасними, але інтенсивними трудовими процесами, рівень оплати праці доцільно оцінювати за оплатою 1 люд.-год. чи одиниці виконаної роботи. Проведені нами дослідження показали, що рівень оплати праці зайнятих у галузі механізаторів у відповідні періоди є доволі високим. Попри те, значне (навіть удвічі) підвищення рівня оплати праці не надто помітно позначилося б на рівні рентабельності ріпаку.

Результати дослідження вказують на наявність у сільськогосподарських підприємств певних резервів для підвищення заробітної плати їх працівників, особливо у високомеханізованих рослинницьких галузях. Звичайно, можливості окремих суб'єктів господарювання забезпечити це підвищення украй неоднакові. Серед підприємств галузі налічується чимало збиткових. Водночас не є рідкістю господарства, які, відображаючи у звітності кількомільйонні прибутки, не відчують гострої необхідності удосконалювати систему матеріального стимулювання працівників, посилювати її мотиваційну функцію. Слід враховувати, що нехтування принципом гідності оплати праці може принести власнику підприємства короткотермінову економічну вигоду, однак не дає змоги сформувати стійкі, розраховані на тривалу перспективу конкурентні переваги.

Модернізація системи оплати праці не повинна зводитися лише до підвищення рівня зарплат. Важливе значення мають й удосконалення методики встановлення цього рівня, оптимізація структури оплати праці через нарахування працівникам доплат, надбавок, премій. Принцип гідності оплати праці повинен доповнюватися принципом рівноправності працедавця і працівника, який передбачає створення прозорих і стабільних відносин між ними.

У більшості сільськогосподарських підприємств у структурі оплати праці домінує основна її частина – тарифна, яка переважно прив'язана до мінімальних тарифних ставок. Значною мірою занедбана система нормування праці, за допомогою якої встановлюється відповідність між затратами праці, її важкістю та отримуваною працівниками зарплатнею. Певною мірою це пов'язано з появою у вітчизняному сільському господарстві новітніх технологій, зміною умов праці завдяки використанню сучасної техніки. У будь-якому разі, недоліки в системі нормування не повинні негативно позначатися на оплаті праці виконавців робіт. За відсутності певних нормативів рівень цієї оплати може коригуватися через порівняння результатів діяльності відповідного підприємства зі середніми в регіоні.

Дискусійним є питання про співвідношення між основною (постійною, гарантованою) частиною оплати праці та додатковою (змінною). Збільшення змінної частини, яку формують винагороди та премії, мало би підвищувати мотиваційну функцію системи оплати праці. Однак поділяємо думку тих авторів, котрі вважають, що розмір оплати праці найманих працівників не повинен бути надто тісно прив'язаний до кінцевих результатів господарювання, тобто не варто надто захоплюватися розширенням структури заробітної плати з фіскальною метою [43, с. 77; 146, с. 211]. Слід виходити з того, що далеко не все у формуванні остаточних результатів діяльності сільськогосподарських підприємств залежить від виконавців робіт. Вважаємо, частка основної оплати праці повинна становити близько 75-80% у загальному її обсязі. Меншою повинна бути частка змінних складових оплати праці в рослинництві, адже в цій галузі кінцеві результати значною мірою залежать від погодних умов, не залежних від підприємства коливань ринкової кон'юнктури. Натомість у тваринницьких підрозділах їх частку доцільно збільшувати, чітко визначивши умови отримання додаткової винагороди [287, с. 13].

Заслуговують на увагу напрацювання зарубіжних і вітчизняних авторів щодо заміни традиційних систем оплати праці гнучкішими, зорієнтованими на повніше врахування цінності окремого працівника для фірми. До таких, зокрема, належить грейдинг – процедура з оцінювання та ранжування окремих посад, які в результаті розбиваються на групи (грейди) залежно від їх цінності для компанії [56, с. 155]. Для кожного грейду встановлюють певні “вилки” посадових окладів. Грейдинг як метод ієрархії посад може розглядатися як аналог систе-

ми рангів для держслужбовців. Він передбачає встановлення цінності кожної посади, дає змогу гнучкіше оцінити значущість кожного працівника для підприємства. Для його запровадження необхідно здійснити доволі складну процедуру віднесення кожної посади на підприємстві до певного ґрейду.

Елементи ґрейдингу можуть бути запропоновані до впровадження у великих сільськогосподарських підприємствах зі значною кількістю підрозділів, де є фахівці, спроможні провести необхідну підготовчу роботу, а працедавці прагнуть більшою мірою враховувати кваліфікацію, накопичений досвід, ділові якості, творчу ініціативу окремих працівників [287, с. 14]. На таких підприємствах систему ґрейдингу доцільно поширити на працівників, у яких оплата праці визначається посадовими окладами. Йдеться про адміністративний апарат, працівників галузі тваринництва, інших підрозділів і служб, у яких немає різких сезонних перепадів трудового навантаження. Відповідні посади розподіляються на 4-7 (можливо, більше) ґрейдів. Працівники, зайняті на сезонних (непостійних) роботах отримують винагороду за традиційною системою.

Для невеликих сільськогосподарських підприємств актуальним є дотримання принципу солідарності доходів працівників і працедавців. На таких підприємствах внесок окремого працівника в кінцеві результати господарювання помітно зростає. Відповідно збільшуються потенційні втрати, пов'язані зі зниженням рівня мотивації працівника, якщо той вважатиме свій трудовий внесок не оціненим адекватно до кінцевих фінансових результатів функціонування господарства. Принцип солідарності доходів допоможе створити в трудовому колективі атмосферу довіри, взаємної підтримки, сприятиме розвитку відносин командної роботи. Формування дієздатної команди однодумців, безумовно, підвищує конкурентоспроможність підприємства.

Мотивація працівників сільськогосподарського підприємства не повинна обмежуватися лише системою оплати праці. Окрім неї, адміністрацією підприємства можуть бути запропоновані певні привілеї, винагороди, послуги, соціальні гарантії, які підпадають під визначення соціального пакета. Уточнимо, що серед елементів такого не слід розглядати винагороди економічного характеру (премії за результати діяльності, доплати й надбавки до посадових окладів тощо). Йдеться про блага соціального характеру, які дають змогу поліпшити умови праці, підвищити лояльність працівників до підприємства, за-

цікавити їх у кар'єрному зростанні, зрештою, формуватимуть позитивний імідж підприємства, причому не тільки на ринку праці, а й серед сільської громади, партнерів по бізнесу.

До соціального пакета, сформованого сільськогосподарським підприємством для своїх працівників, може бути внесений доволі широкий перелік елементів, зокрема:

- організація харчування, транспортне забезпечення;
- допомога з оздоровлення, медичне страхування;
- страхування життя та від нещасних випадків;
- постачання окремих видів товарів (сільськогосподарської та продовольчої продукції, палива, будматеріалів тощо) на пільгових умовах;
- надання послуг у веденні особистого селянського господарства за пільговими розцінками;
- оплата навчання;
- матеріальна допомога в особливих випадках та ін.

Практично кожне сільськогосподарське підприємство, зважаючи на специфіку своєї діяльності та особливості способу життя його працівників – сільських жителів може запропонувати певне наповнення соціального пакета. Водночас до нього не слід відносити норми й гарантії, передбачені чинним законодавством [225, с. 44]. Такі працедавець повинен забезпечити обов'язково, тому сумнівно позиціонувати їх як конкурентну перевагу підприємства.

Зважаючи на функції соціального пакета, у його формуванні не варто тісно прив'язувати обсяг відповідних витрат до трудового внеску окремих працівників. Допускається певна його диференціація в розрізі окремих категорій (наприклад, грейдів) працівників. Визначаючи елементи, що увійдуть до соціального пакета, адміністрація підприємства повинна враховувати міркування членів трудового колективу. Прийняті зобов'язання щодо їх надання слід закріпити в колективному договорі, що укладається між адміністрацією підприємства й трудовим колективом.

Залучення до процесу оптимізації системи оплати праці та формування соціального пакета працівників слід вважати важливим інструментом удосконалення внутрішньогосподарських відносин сільськогосподарського підприємства. Доводиться констатувати, що в переважній більшості випадків наймані працівники сільськогосподарських підприємств доволі пасивні у відстоюванні своїх інтересів.

Не надто помітною є роль галузевих профспілок. Не є рідкістю латентні конфлікти між трудовими колективами і працедавцями, які ускладнюють перспективи розвитку підприємства.

Узгодження інтересів працівників і працедавців здійснюється через укладання на підприємствах колективних договорів. Сьогодні в цій процедурі переважає формальний підхід, працедавці беруть зобов'язання лише щодо найнеобхідніших соціальних гарантій. Колективні договори укладені не в усіх сільськогосподарських підприємствах, оскільки в чинному законодавстві немає норм, які передбачають відповідальність за їх відсутність [130, с. 26].

Розраховувати, що ситуація поліпшиться сама по собі або завдяки втручанню з боку державних органів, не варто. Світовий та вітчизняний досвід свідчить, що високий рівень соціального захисту працівників досягається багатолітньою впертою боротьбою останніх за свої інтереси. З іншого боку, наслідки гострої конфронтації між адміністрацією й трудовим колективом підприємства у цій боротьбі можуть бути доволі важкими для обох сторін. Тому вкрай важливо орієнтуватися на закладання в колективних договорах положень, які забезпечують гідну винагороду за працю, достойний соціальний статус працівника, створюють стимули для його професійного зростання. Це сприятиме стабільності й високій ефективності діяльності підприємства, що відповідає ознакам його конкурентоспроможності.

Такі мотиваційні важелі, як система оплати праці та преміювання, формування соціального пакета, моральні стимули, адміністративні санкції можуть застосовуватися в багатьох варіантах залежно від розмірів, економічного стану підприємства, суб'єктивних поглядів і кваліфікації представників адміністративного апарату тощо. Відповідно існує велика кількість варіантів удосконалення мотиваційних внутрішньогосподарських відносин у сільськогосподарських підприємствах. Ці удосконалення можуть здійснюватися як у формі обмежених експериментів, так і через реалізацію системи заходів. Остання в довершеному вигляді становитиме собою функціональну стратегію зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

На відміну від мотиваційних, організаційно-технологічні внутрішньогосподарські відносини сільськогосподарського підприємства менш варіабельні. Вони втілюються в механізмах формування ресурсного потенціалу окремих виробничих підрозділів і служб, прийняття концептуальних та оперативних рішень щодо організації їх діяльнос-

ті. У переважній більшості випадків основні рішення в процесі реалізації цих відносин приймає адміністрація підприємства, нерідко – одноосібно його керівник (засновник). Участь первинних трудових колективів у формуванні виробничих програм підрозділу, вирішення питань його ресурсного забезпечення, розробці стратегії діяльності підприємства доволі обмежена, має рекомендаційний характер чи стосується вирішення простих поточних питань.

У науковій літературі простежується дискусія щодо оптимального рівня автономії структурних підрозділів сільськогосподарських підприємств. Окремі автори висловлюють пропозиції щодо доцільності надання виробничим підрозділам доволі високої економічної самостійності, запровадження елементів товарно-грошових відносин між ними та адміністрацією підприємства [27, с. 42; 104, с. 281; 139, с. 129; 189, с. 177]. Йдеться про укладання внутрішньогосподарських договорів, які передбачають передачу виробничим підрозділам в оренду основних засобів і землі, переміщення продукції всередині господарства із застосуванням розрахункових цін, переведення підрозділів на госпрозрахункові засади функціонування тощо. Результатом реалізації таких пропозицій повинен стати високий рівень мотивації первинних трудових колективів до високоефективної праці.

Відповідні пропозиції почали формуватися ще за часів колгоспно-радгоспної системи, були доволі поширеними у 90-х роках минулого століття, зустрічаються в тих чи інших варіантах у наукових публікаціях і досі. Однак поширення на практиці вони не набули, оскільки для цього відсутні достатні інституційні та економічні умови. Більша ймовірність реалізації на практиці елементів внутрішньогосподарських госпрозрахункових відносин є у виробничих сільськогосподарських кооперативах, в яких передбачені засади колективного управління через збори трудового колективу, демократичний вибір керівництва. Висловлена нами думка про не надто оптимістичні перспективи таких кооперативів в Україні узгоджується з аргументами про інституційні проблеми в розвитку автономії підрозділів сільськогосподарського підприємства на госпрозрахункових засадах.

У таких організаційно-правових структурах, як господарські товариства, приватні підприємства, фермерські господарства, повноваження керівника, котрий здебільшого є засновником (одним з основних засновників) суб'єкта господарювання, дуже високі. Керівники таких структур переважно намагаються максимально контролювати

основні господарські процеси. Ця процедура доволі легко здійснюється на невеликих підприємствах, де кількість постійних працівників не перевищує кількох десятків осіб. У більших за розмірами господарствах керівники делегують частину управлінських функцій заступникам, керівникам первинних підрозділів і служб. Однак, як свідчить практика, ці функції стосуються зазвичай оперативного управління й значно меншою мірою – стратегічних рішень щодо розподілу чи переміщення ресурсів.

Слід зазначити, що доволі часто такий жорсткий контроль за розподілом ресурсів, рухом коштів є необхідністю. В умовах нестачі коштів для фінансування виробничих потреб на рівні нормативних (технологічно необхідних) доводиться приймати вольові рішення щодо напрямів їх використання. До критикованих, але вимушених, належать рішення щодо продажу частини поголів'я збиткової тваринницької ферми, скеровування пально-мастильних матеріалів і мінеральних добрив для здійснення одних польових робіт зі зменшенням обсягу відповідних ресурсів на інші, виділення коштів на придбання обладнання для одного підрозділу з одночасним урізанням видатків на функціонування інших. Виникають серйозні сумніви щодо можливостей такого розподілу ресурсів між рівними у своїх правах первинними трудовими колективами [253, с. 138].

Внутрішньогосподарські відносини, що регламентують порядок розподілу виробничих ресурсів, переміщення виробленої продукції з використанням принципів товарно-грошових відносин, належать до блоку економічних (див. рис. 5.2). Незадовільне ресурсне забезпечення сільськогосподарських підприємств перешкоджає їх розвитку. Тому дуже часто у підприємствах галузі відповідні відносини за принципом прийняття рішень можуть бути віднесені лише до категорії організаційно-технологічних. А такі економічні внутрігосподарські відносини, як участь первинних трудових колективів у розподілі доходів підприємства, взагалі відсутні.

Елементи економічних відносин у розглядуваному їх трактуванні набули розвитку між дочірніми підприємствами агрохолдингових структур. Такі підприємства характеризуються доволі високим рівнем господарської автономії, переміщення продукції між ними (наприклад, сільськогосподарської сировини до переробних підприємств, комбікормів до виробників тваринницької продукції тощо) здійснюються на засадах ринкового товарообігу. Однак виникають сумніви,

чи можуть відносини між такими підприємства бути ідентифіковані як внутрішньогосподарські. Зазначимо також, що нерідко товарно-грошові операції між складовими елементами таких інтегрованих структур здійснюються на засадах, далеких від справедливого товарообміну. Йдеться про переміщення продукції та інших ресурсів за надто високими чи надто низькими цінами, що свідчить про застосування не надто прозорих схем формування фінансових результатів. Очевидно, їх не варто відносити до дієвих інструментів зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Низький рівень економічної самостійності виробничих підрозділів не вважаємо обставиною, яка послаблює конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. У невеликих підприємствах, де кількість управлінських зв'язків, виробничих процесів, ресурсних об'єктів не надто велика, тотальний контроль з боку керівника за всією господарською діяльністю є закономірним. Результати внутрішньогосподарських відносин на таких підприємствах визначаються не стільки статусом окремих підрозділів, скільки загальною атмосферою в трудовому колективі, стилем керівництва, дотриманням згаданого принципу солідарності доходів працівника і працедавця.

Керівники великих сільськогосподарських підприємств – це, як правило, кваліфіковані фахівці з великим управлінським досвідом. Їх кар'єра розвивалася в умовах складної економічної ситуації, жорсткої боротьби за виживання. Успішність менеджерської діяльності керівника великого підприємства визначається насамперед кваліфікацією підбраної ним управлінської команди, її здатністю розробляти й реалізовувати оптимальні стратегії розвитку суб'єкта господарювання.

Ми аж ніяк не заперечуємо можливості й доцільності реалізації методик, які передбачають впровадження госпрозрахунку, елементів товарних відносин на рівні структурних елементів сільськогосподарського підприємства. Однак не вбачаємо в сучасних умовах тісного зв'язку між рівнем економічної самостійності виробничих підрозділів і кінцевими результатами діяльності підприємств галузі.

Прогресивною й адаптованою до сучасних умов вважаємо систему внутрішньогосподарських відносин, мотиваційна функція якої реалізовується через систему бюджетування. Йдеться про планування витрат для окремих підрозділів сільськогосподарських підприємств, яке здійснюється, виходячи з доведених до них виробничих завдань і технологічних вимог. Пропонуємо застосування такого механізму,

який поєднує процес бюджетування з формуванням системи стимулів для первинних трудових колективів.

Для кожного підрозділу визначається (планується) обсяг ресурсів, необхідних для забезпечення їх діяльності упродовж календарного року. Зокрема, встановлюються:

1. Обсяги окремих видів матеріальних оборотних ресурсів, передбачені технологічними картами (нормативами) та масштабами виробництва – посівною площею, поголів'ям тварин, кількістю надаваних послуг та ін. Не вважаємо за доцільне визначати наперед їх вартість, оскільки ринкові ціни придбання чи собівартість виробленої продукції може змінюватися з причин, незалежних від підрозділу, що використовує відповідні матеріальні оборотні засоби;

2. Обсяг (фонд) основної заробітної плати працівників підрозділу, виходячи зі запланованого обсягу робіт, штатного розпису тощо;

3. Премія в обсязі 15-20% від фонду основної заробітної плати, яка буде виплачена працівникам підрозділу за результатами року.

Премію виплачують у разі досягнення працівниками підрозділу низки передбачених заздалегідь індикативних показників – обсягів виробництва й параметрів якості продукції. Оскільки посівні площі, поголів'я тварин, інші кількісні параметри планують на рівні сільськогосподарського підприємства, а не його підрозділу, йдеться про преміювання за досягнення певного рівня технологічної ефективності виробництва. Допускаючи ймовірне зниження окремих індикативних показників через незалежні від працівників підрозділу погодні умови, враховують їх зміну в середньому в районі чи на іншій території, де розташоване підприємство. Наприклад, якщо у зв'язку зі складними погодними умовами урожайність певної культури в середньому в районі порівняно з попереднім роком зменшилася на 20%, допускається таке саме відхилення її порівняно зі запланованим для виробничого підрозділу індикативним рівнем. Також допускається компенсація зменшення обсягу виробництва підрозділом одного виду продукції збільшенням виробництва іншого з урахуванням ринкових цін реалізації.

Обсяг премії не збільшується на вартість зекономлених матеріальних оборотних засобів. Немає сенсу стимулювати до такої економії, адже йтиметься про відхилення від передбачених технологією витрат виробничих ресурсів, що може мати негативні наслідки. Натомість обсяг премій зменшується за перевитрат ресурсів, втрат про-

дукції, зниження її якості з вини працівників підрозділу. Вартість матеріальних оборотних засобів чи виробленої продукції у цьому разі встановлюють на основі фактичних цін (справедливої вартості для оцінки біологічних активів). Обсяг санкцій до трудового колективу за гірші фактичні показники порівняно з індикативними не повинен перевищувати заплановану суму премії. Якщо з вини окремих працівників підприємство отримає значні збитки, це питання вирішується в передбаченому законодавством порядку.

Обсяг та умови отримання премії працівниками підрозділу повинні бути передбачені заздалегідь. Для того щоб встановити, якою мірою відповідальність за невиконання поставлених завдань слід покласти на працівників виробничого підрозділу, на підприємстві створюється постійно діюча комісія з розгляду відповідних конфліктних ситуацій. Комісію обирає трудовий колектив підприємства на календарний рік. До її складу входять представники усіх виробничих підрозділів, головні спеціалісти, за потребою – інші фахівці.

Запропонований механізм матиме сенс, якщо керівництво підприємства забезпечить виробничі підрозділи необхідними матеріальними оборотними засобами, встановить достатньо велику основну заробітну плату. Стимул отримання високої зарплатні й вагомої премії в кінці року є в сучасних умовах настільки потужним, що, вважаємо, немає великої потреби шукати йому альтернативу у формі внутрішньогосподарського госпрозрахунку, чекової форми контролю, доведення лімітів витрат тощо. Якщо ж під час складання бюджетів для окремих підрозділів сільськогосподарського підприємства не буде передбачене достатнє ресурсне забезпечення, ніякі системи преміювання, стимулювання до економії тощо не вирішать існуючих проблем. Відсутність ресурсів не може бути компенсована реформуванням внутрішньогосподарських відносин.

Успішність впровадження на практиці сформованих нами пропозицій щодо мотивації підрозділів залежить від застосовуваних на сільськогосподарському підприємстві управлінських технологій, пов'язаних з обґрунтуванням перспективних параметрів господарської діяльності, інформаційним забезпеченням менеджменту підприємства, контролем за обсягами й результатами використання ресурсів. Ці технології значною мірою визначають результати функціонування будь-яких сільськогосподарських підприємств, незалежно від їх розмірів, організаційної структури, спеціалізації. Вони проявля-

ються в процесах планування, ведення обліку, аудиту, аналізу господарської діяльності, які в окремих підприємствах здійснюються за різними методиками і принципами. Їх адаптованість до потреб підприємства позначається на здатності керівників усіх рівнів приймати раціональні управлінські рішення. Удосконалення зазначених процесів відображається в розвитку контролюючих і регулюючих елементів системи внутрішньогосподарських відносин підприємства.

Очевидно, не потребує додаткових коментарів теза про важливість удосконалення облікової роботи, налагодження дієвого контролю, оптимізації системи управління підприємством. Водночас наголосимо на значенні організації аналітичної діяльності в системі внутрішньогосподарських відносин. Воно зростає у разі застосування в аналітичній роботі принципу масовості, що передбачає залучення до оцінки ситуації, встановлення окремих причинно-наслідкових зв'язків керівників первинних підрозділів, окремих служб, фахівців різного профілю. Їхні міркування повинні враховуватися під час прийняття як поточних, так і стратегічних управлінських рішень. Принцип масовості економічного аналізу дає змогу підтримувати належний рівень внутрішньогосподарської демократії і відповідальності на підприємстві будь-якої організаційно-правової форми.

Системну діяльність з удосконалення внутрішньогосподарських відносин сільськогосподарського підприємства вважаємо за можливе розглядати як функціональну стратегію зміцнення конкурентоспроможності. З назвою “функціональна стратегія внутрішньогосподарських відносин” пропонуємо доповнити нею перелік інших таких стратегій, наведений в табл. 2.6. Об'єктом удосконалення в цьому разі виступатимуть технології та механізми, що регулюють відносини між окремими підрозділами й адміністрацією підприємства, між підрозділами та службами, виконавцями в системі підрозділів і служб. До основних способів формування конкурентної переваги завдяки застосуванню такої стратегії відносимо:

- створення кваліфікованої, ініціативної, дієздатної команди менеджерів (зокрема, керівників підрозділів і служб) сільськогосподарського підприємства;
- удосконалення системи інформаційного забезпечення управлінських рішень;

- зменшення виробничих витрат на основі недопущення непродуктивних витрат ресурсів завдяки контролю за їх переміщенням і використанням;

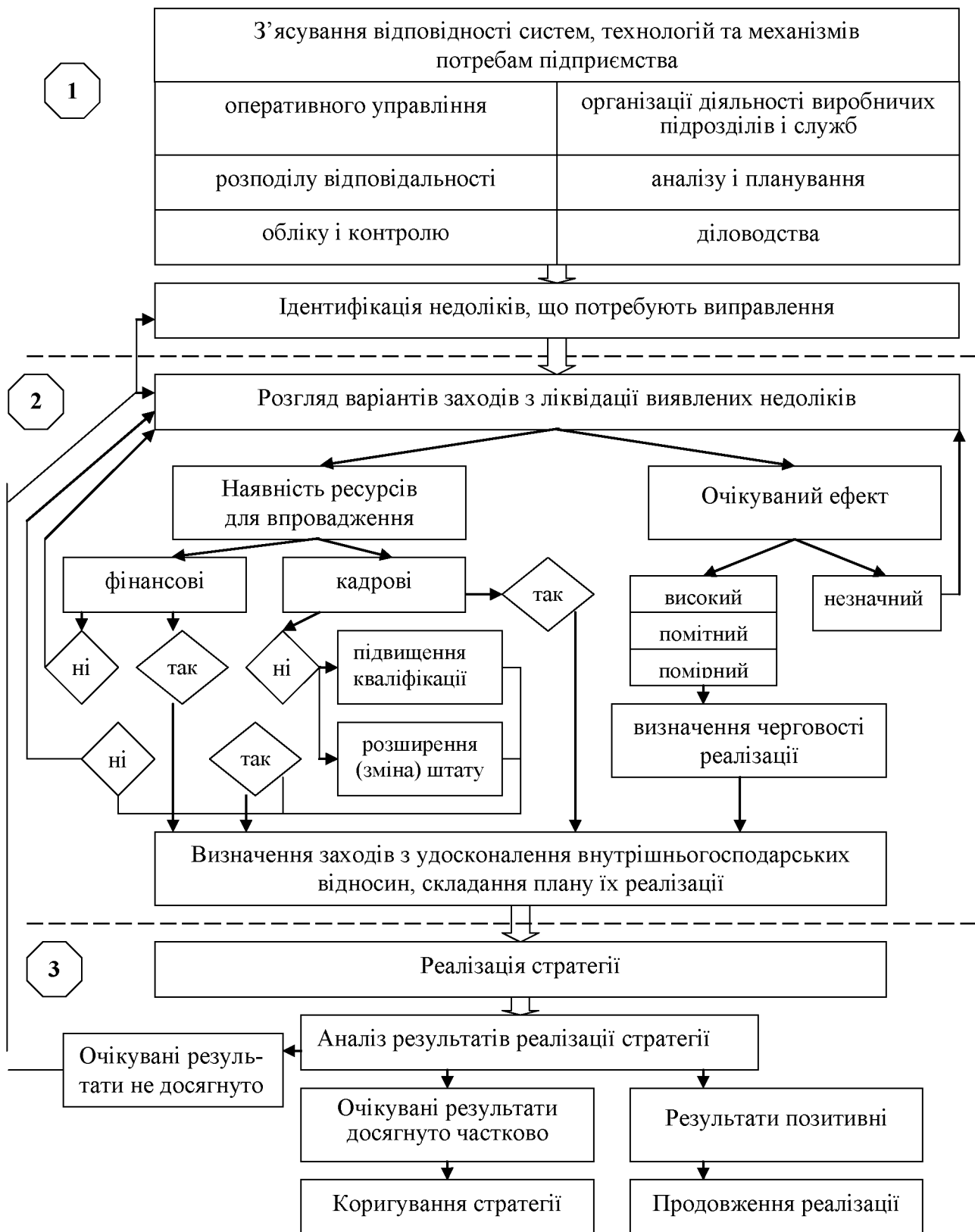
- підвищення іміджу підприємства через високу культуру діловодства, оперативну та якісну підготовку документів.

Не відносимо до способів формування конкурентних переваг унаслідок застосування функціональної стратегії внутрішньогосподарських відносин удосконалення системи матеріального стимулювання, оскільки такі дії пропонуємо розглядати в рамках кадрової функціональної стратегії. Водночас констатуємо, що мотиваційні аспекти обов'язково враховуються в процесі розвитку внутрішньогосподарських відносин підприємства.

На рис. 5.3 наведена схема, що відображає процес формування й реалізації функціональної стратегії внутрішньогосподарських відносин, застосування якої дасть змогу зміцнити конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства. У рамках цього процесу виділимо три етапи: ідентифікації, розробки стратегії, її реалізації.

На першому етапі дають оцінку системам, технологіям і механізмам, які застосовуються на підприємстві з метою реалізації управлінських функцій на внутрішньогосподарському рівні. Встановлюють, наскільки вони відповідають існуючим потребам, створюють інституційні умови для його розвитку. Визначаються проблеми, які необхідно вирішити. Їх групують за гостротою й черговістю вирішення. Допускаємо, що окремі аспекти внутрішньогосподарських відносин не можуть бути об'єктивно оцінені фахівцями підприємства. Тоді розглядають можливість залучення зовнішніх експертів, зокрема – з дорадчих служб.

Виділені проблеми та недоліки можуть бути усунені різними способами. Зокрема, підприємство може орієнтуватися на різні технології й підходи у веденні бухгалтерського обліку, внутрішньогосподарського аудиту, розподілу посадових обов'язків, формуванні штатів виробничих підрозділів і служб тощо. Формування сукупності варіантів окремих заходів, спрямованих на удосконалення зазначених технологій, механізмів і підходів, їх оцінка, вибір найоптимальніших з урахуванням специфіки та ресурсних можливостей підприємства, складання плану їх реалізації з зазначенням виконавців, термінів, обсягу необхідних ресурсів – усі ці дії здійснюються в рамках етапу розробки функціональної стратегії внутрішньогосподарських відносин.



Етапи:

1. Ідентифікації. 2. Розробки стратегії. 3. Реалізації стратегії.

Рис. 5.3. Формування й реалізація функціональної стратегії внутрішньогосподарських відносин.

Формальним закінченням етапу розробки стратегії є прийняття низки документів, що регламентують окремі сторони діяльності підприємства, внесення змін і доповнень до чинних. До таких документів, зокрема, належать: статут підприємства, правила внутрішнього розпорядку підприємства, положення про оплату праці, положення про виробничі підрозділи та служби, положення про основні функції окремих категорій спеціалістів, положення про облікову політику тощо.

Зважаючи на багатоплановість цих відносин, їх удосконалення, очевидно, слід планувати й здійснювати в розрізі кількох різних систем, технологій та механізмів. У підсумку можна розраховувати на помітний синергічний ефект. На етапі реалізації стратегії слід передбачити аналіз одержаних результатів, за потреби – внести корективи в програму дій.

Отже, сільськогосподарське підприємство, на якому дотримуються принципів гідності оплати праці, рівноправності працівника і працедавця, солідарності їх доходів, приділяють належну увагу удосконаленню принципів, механізмів, технологій внутрішньогосподарських відносин, набуває ознак системи, здатної ефективно функціонувати упродовж тривалого часу, що відповідає визначенню конкурентоспроможності підприємства. Модернізація внутрішньогосподарських відносин повинна мати комплексний характер. Її доцільно здійснювати в рамках спеціально розробленої стратегії, яку варто розглядати як одну з функціональних стратегій підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

ВИСНОВКИ

Невід'ємним атрибутом та основною рушійною силою ринкової економіки є конкуренція – суперництво між представленими на ринку суб'єктами підприємницької діяльності за найвигідніші умови функціонування, прихильність споживачів завдяки задоволенню їх потреб. Конкурентна боротьба здійснюється в багатьох формах і її результатами є найрізноманітніші процеси в економіці.

Сільськогосподарські підприємства беруть участь практично в усіх основних формах конкуренції, що їх розглядає сучасна наука. Водночас конкурентні відносини в сільському господарстві характеризуються низкою особливостей. Найвагоміша із них – концентрація економічного суперництва не в самій галузі, а всередині ланцюга створення цінності, утвореного постачальниками матеріально-технічних ресурсів для аграрного виробництва, власне сільськогосподарськими виробниками та покупцями їх продукції (заготівельними, переробними підприємствами, кінцевими споживачами).

Підприємства галузі майже не беруть участі в персоніфікованому суперництві з іншими сільгоспвиробниками на товарних ринках. Вони нечасто виступають безпосередніми учасниками конкурентної боротьби з іноземними виробниками на внутрішньому й зовнішньому агропродовольчих ринках, цю функцію переважно виконують переробні та заготівельні підприємства. Натомість доволі гострою є опосередкована конкуренція між сільськогосподарськими підприємствами за земельні ресурси, бюджетні кошти, виділені у формі державної підтримки сільського господарства. Як внутрігалузеву конкуренцію в аграрному секторі класифікуємо елементи економічного суперництва між сільгосппідприємствами й господарствами населення. Результатом видової конкуренції в галузі є зміни в товарній структурі виробництва, що впливають на формування спеціалізації сільськогосподарських підприємств.

Характеристику конкурентних відносин і наслідки їх впливу на окремого суб'єкта господарювання відображають рівень (інтенсивність) конкуренції та інтенсивність конкурентної боротьби. Рівень конкуренції характеризує вплив (тиск) конкурентного середовища на суб'єктів ринку, що змушує їх здійснювати ті чи інші дії. Інтенсивність конкурентної боротьби відображає активність (зусилля) суб'єкта економічного суперництва у протистоянні тиску конкурент-

ного середовища. У монографії сформульовані пропозиції щодо вимірювання рівня окремих видів конкуренції за участю сільськогосподарських підприємств.

У трактуванні поняття “конкурентоспроможність підприємства” має місце науковий плюралізм. Виходячи із застосовуваних методологічних підходів до вирішення поставлених питань, сформульовано таке визначення: конкурентоспроможність підприємства – це його здатність здійснювати упродовж тривалого часу ефективну господарську діяльність, отримуючи прибутки від реалізації продукції на конкурентному ринку. Основною формою прояву конкурентоспроможності підприємства виступає конкурентоспроможність вироблюваних ним товарів. Встановлено, що конкурентоспроможність товару визначається наявністю в нього характеристик, які здатні задовольнити вимоги споживачів, а отже, забезпечують можливість реалізації цього товару з вигодою для виробника.

Одним із базових елементів управління конкурентоспроможністю підприємства є ідентифікація її окремих чинників – характеристик суб’єкта конкурентних відносин чи середовища, в якому він функціонує, виявлення можливостей набуття ними статусу конкурентної переваги для досліджуваного суб’єкта господарювання. Вимірювання основних чинників конкурентоспроможності кількісними індикаторами покладено в основу найуживаніших методик оцінки конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

Сформульовано пропозиції щодо методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції залежно від її цільового призначення. За цією ознакою виділено три групи видів сільськогосподарської продукції: насіннева продукція та племінні ресурси тваринництва, покупцями яких виступають сільськогосподарські виробники; продукція, що в непереробленому вигляді може бути реалізована виробниками одразу кінцевим споживачам (фрукти, овочі, картопля); продукція, що реалізовується гуртовим покупцям, і, перш ніж дійде до кінцевого споживача, проходить стадію промислової переробки. Для кожної групи запропоновано алгоритм оцінки рівня конкурентоспроможності відповідної продукції.

Для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств вважаємо найприйнятнішим застосування методу, що базується на положеннях теорії ефективної конкуренції. Згідно з нею рівень конкурентоспроможності залежить від роботи всіх підрозділів

і служб, ефективності використання всіх видів ресурсів. Застосування методики передбачає оцінку використання окремих видів ресурсів у формі групових показників, які зводяться в узагальнюючий показник конкурентоспроможності підприємства (інтегральний коефіцієнт). У монографії запропоновано власний варіант розрахунку інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Методика його визначення зорієнтована на використання оптимального обсягу інформації з доступних джерел.

Основою механізму забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності є прийняття й реалізація конкурентної стратегії – комплексу заходів, спрямованих на здобуття підприємством конкурентних переваг. У монографії наведена класифікація конкурентних стратегій, що можуть застосовуватися сільськогосподарськими підприємствами, та описані особливості й потенційні результати їх застосування. Комплексний підхід до вирішення проблеми зміцнення конкурентоспроможності підприємства передбачає обґрунтування базової стратегії суб'єкта господарювання, яка визначає загальний напрям його конкурентного розвитку, та деталізацію її у функціональних стратегіях, спрямованих на забезпечення ефективної діяльності підсистем підприємства.

Важливою характеристикою конкурентного середовища в аграрному секторі є його різноукладність – співіснування різних організаційно-правових форм сільськогосподарських виробників. Існування різноукладності створило умови для відбору найбільш життєздатних за певних обставин форм господарювання. Значне зростання упродовж останнього десятиліття обсягів виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами свідчить про наявність в останніх суттєвих конкурентних переваг порівняно з господарствами населення. Ці переваги визначають стратегію подальшого розвитку сільськогосподарства нашої держави.

В Україні спостерігається тенденція до підвищення рівня концентрації аграрного виробництва. Власники найефективніших підприємств намагаються отримати додаткові доходи за рахунок розширення їх діяльності. Зважаючи на пряму залежність між концентрацією та ефективністю виробництва в сільськогосподарських підприємствах, зазначена тенденція сприяє на теперішньому етапі підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної системи аграрного виробницт-

ва. Однак гіпертрофовані її масштаби (у формі агрохолдингів) супроводжуються виникненням низки небажаних явищ і загроз.

Сільське господарство України характеризується відносно високою інвестиційною привабливістю. Частка отримуваних сільськогосподарськими підприємствами інвестицій в основних капітал останніми роками помітно перевищує їх частку у випуску валового внутрішнього продукту. Це свідчить про переваги таких підприємств у міжгалузевій конкуренції за інвестиції, які підкріплюються відносно високими показниками рентабельності їх операційної діяльності, фінансової автономії. Рівень інвестування сільськогосподарських підприємств залишається недостатнім для вирішення проблем галузі, але сьогодні він обмежується спроможністю діючих суб'єктів господарювання ефективно освоїти інвестовані кошти.

Конкуренція за право оренди земельних ресурсів стає одним із ключових елементів конкурентних відносин, що визначають перспективи розвитку аграрного сектора. Індикатором гостроти цієї конкуренції є темпи зростання плати за оренду 1 га сільськогосподарських угідь. Встановлено, що далеко не всі орендарі, вкладаючи кошти в розширення землекористування, зуміли добитися високої ефективності виробництва. Збільшуючи розміри землекористування, вони доволі часто не приділяють уваги інвестуванню у виробництво продукції тваринництва. Не надто помітним є зв'язок між зростанням витрат на оренду землі та видатків на оплату праці. Наслідки конкуренції в системі аграрного землекористування призводять до створення моделі сільськогосподарського виробництва, яка несе низку загроз, недостатньо враховує суспільні інтереси.

З метою оцінки конкурентного середовища на окремих сегментах агропродовольчого ринку запропоновано застосовувати коефіцієнти еластичності попиту на основні продовольчі товари за грошовими доходами. У монографії показані методика та розрахунок відповідних показників з використанням матеріалів обстеження домогосподарств України. На основі дослідження особливостей поведінки споживачів дійшли висновку щодо перспективності окремих конкурентних стратегій, що їх можуть застосовувати виробники сільськогосподарської продукції.

Вступ України до Світової організації торгівлі зумовив певне загострення конкуренції між вітчизняними та зарубіжними виробниками як на внутрішньому, так і на зовнішніх агропродовольчих ринках.

Загалом позиції вітчизняних виробників на ключових сегментах внутрішнього ринку залишаються доволі міцними. Невелика частка присутності (кілька відсотків) зарубіжних продовольчих товарів відіграє позитивну стимулюючу роль, формуючи відповідне конкурентне середовище. Натомість не спостерігаємо принципових якісних зрушень у результатах експорту основних видів продовольства, окрім зерна та олії, де позиції вітчизняних виробників і раніше були доволі міцними. Це свідчить про відсутність у вітчизняних агровиробників відчутних системних конкурентних переваг.

До ключових елементів методології забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств належить організація їх інноваційного розвитку. Він пов'язаний насамперед з удосконаленням технологій виробництва сільськогосподарської продукції на основі змін у виробничих операціях, застосовуваних матеріальних ресурсах. Техніко-технологічні інновації забезпечують відчутний ефект, якщо доповнюються організаційними. Особливістю галузі є необхідність адаптації інновацій до конкретного виробника та умов його функціонування, що зумовлює їх індивідуалізацію. Обґрунтована теза, що у визначенні економічних наслідків запровадження інновацій у сільському господарстві не слід акцентувати увагу на високій ризикованості цього процесу.

Масштаби й темпи інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств значною мірою залежать від розвитку організаційно-економічного механізму поширення (дифузії) інновацій в аграрному секторі. Ефективний зв'язок аграрної науки з виробництвом спроможні забезпечити дорадчі служби. Найраціональнішим у вітчизняних умовах варіантом є створення таких служб на базі аграрних університетів – структур, які володіють великим науковим і матеріальним потенціалом, здатні надати фахову допомогу найрізноманітнішим за спеціалізацією та масштабами діяльності виробничим структурам.

Сформульовано пропозиції щодо оцінки інтенсивності інноваційних процесів у сільськогосподарських підприємствах. Ця оцінка ґрунтується на дослідженні параметрів виробництва окремих видів продукції суб'єктами господарювання, що демонструють високий рівень технологічної ефективності господарювання – урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності тварин. За темпами інноваційного розвитку окремих галузей сільськогосподарського виробництва можна здійснювати прогноз щодо досягнення прийнятних по-

казників їх конкурентоспроможності. Зокрема, за збереження існуючої тенденції параметри ефективності зернового господарства України досягнуть стандартів економічно найрозвиненіших країн лише у 2029 році.

Функціональним елементом конкурентної стратегії підприємства є його інвестиційна стратегія. Її формування передбачає вибір принципів і способів фінансового забезпечення поставлених перед підприємством стратегічних цілей. Ця процедура конкретизується через встановлення певного переліку об'єктів інвестування, обсягу необхідних коштів, термінів здійснення відповідних інвестиційних дій. Проведені на прикладі сільськогосподарських підприємств Львівської області дослідження показали, що збільшення витрат із розрахунку на 1 га посівів, одиницю поголів'я тварин, тобто підвищення рівня інтенсифікації виробництва, не гарантує зростання його економічної ефективності. Для досягнення бажаного ефекту кошти повинні бути вкладені в оптимальну комбінацію елементів ресурсного забезпечення. Тому в реалізації інвестиційних стратегій у сільськогосподарських підприємствах необхідно орієнтуватися на їх інноваційний розвиток.

Більшість сільськогосподарських підприємств України неспроможна виконувати серйозні стратегічні завдання без використання залучених коштів, яке супроводжується перерозподілом власності, зачіпає інтереси теперішніх засновників суб'єктів господарювання. Конфлікт інтересів між потенційними стратегічними інвесторами та власниками сільськогосподарських підприємств є чинником, що впливає на динаміку інноваційно-інвестиційного розвитку аграрного сектору. Серед варіантів його вирішення – пропонування теперішнім власникам підприємства певних менеджерських функцій. Стратегічним інвесторам слід враховувати й інтереси власників земельних паїв, брати певну участь у вирішенні соціальних проблем села.

Елементом методології зміцнення конкурентоспроможності підприємства є процес диверсифікації їх діяльності. Здебільшого сільськогосподарські підприємства, вносячи зміни у свою виробничу програму, орієнтуються на поточну ринкову кон'юнктуру, а не на завдання стабільного розвитку в тривалій перспективі, що означало би підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Ключовим чинником конгломератної (поза аграрним виробництвом) диверсифікації є підприємницькі здібності керівника підприємства, кваліфікація менедж-

менту. Реальні можливості такої диверсифікації, зважаючи на конкуренцію з боку спеціалізованих суб'єктів господарювання, доволі обмежені. До найперспективніших напрямів диверсифікації аграрних підприємств належать ті, які пов'язані з наданням сільськогосподарських послуг. Рекомендується здійснення підприємствами галузі в невеликих масштабах (як експеримент) концентричної диверсифікації, що не передбачає значних капітальних витрат і мінімізує ризики втрат.

Розгляд диверсифікаційних проектів із виробництва сільськогосподарської продукції пропонується доповнювати маржинальним аналізом, за допомогою якого встановлюють мінімальну урожайність культур і продуктивність тварин, необхідну для досягнення беззбитковості чи прийняттого рівня прибутковості цих проектів. Розраховавши відповідні показники урожайності культур та продуктивності тварин, оцінюють реальність їх досягнення в досліджуваному підприємстві. Для цього вивчають результати діяльності інших сільськогосподарських підприємств району, що застосовують схожі технології.

Одним із основних критеріїв конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності є якість їх товарів. Чимало сільськогосподарських товаровиробників не відчують достатніх стимулів для вирішення питань, пов'язаних із підвищенням якості їх продукції. Для активізації відповідних стимулів потрібна конструктивна співпраця сільськогосподарських і переробних підприємств. Важливе значення має популяризація заходів із забезпечення високих показників якості сільськогосподарської продукції, яку найдоцільніше здійснювати на базі демонстраційних господарств, що функціонують при науково-дослідних інститутах і вищих навчальних закладах. Оцінюючи окупність витрат на реалізацію заходів із підвищення якості сільськогосподарської продукції, враховують їх позитивний вплив і на інші параметри виробничої діяльності, зокрема на технологічну ефективність виробництва.

У системі заходів, спрямованих на підвищення якості продукції сільськогосподарських підприємств, винятково важливим є формування дієвої системи матеріального стимулювання працівників. Воно дасть змогу реалізувати принцип всезагальної участі працівників в управлінні якістю продукції підприємства. У монографії сформульовані пропозиції щодо використання структурно-логічної схеми іден-

тифікації чинників, які впливають на формування якості сільськогосподарської продукції, відомої як діаграма Ісікави.

Для невеликих за розмірами сільськогосподарських підприємств найперспективнішою є стратегія фокусування, яка передбачає концентрацію уваги й зусиль на певному сегменті ринку, номенклатурі товарів. Оскільки ці підприємства в існуючих умовах здебільшого неспроможні досягти прийнятних економічних результатів на традиційних сегментах сільськогосподарського ринку, їм слід утверджуватися у сферах, де конкуренція з боку великих виробників не така помітна чи майже відсутня (реалізовувати стратегію диференціації). Рекомендується виробництво продукції рослинництва, реалізація якої дає змогу отримати значний дохід із розрахунку на одиницю площі використуваних угідь – овочів, картоплі, плодів, ягід, винограду. Перспективним є розвиток бджільництва, птахівництва, свинарства з орієнтацією на цільову групу покупців.

Елементом методології зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є розвиток інтеграційних відносин між ними та їх діловими партнерами – підприємствами суміжних галузей, іншими сільгоспвиробниками. Участь суб'єктів підприємницької діяльності у розбудові відповідних інтеграційних зв'язків виступає практичною реалізацією ними конкурентної стратегії кооперації. Вона дає змогу знизити їх господарські ризики, зменшити трансакційні витрати. Сільськогосподарські підприємства, реалізуючи цю стратегію, можуть брати участь у різних за видами, напрямками, організаційними формами втілення інтеграційних процесах, у тому числі входити до агропромислових кластерів. Конструктивну роль у створенні кластера та забезпеченні його ефективної діяльності може відіграти громадське об'єднання відповідних суб'єктів господарювання.

У монографії описана методика узагальнення вигод і витрат (прямих і опосередкованих), що їх отримає сільськогосподарське підприємство від участі в інтеграційному об'єднанні. Ідентифікація та оцінка обставин у розрізі окремих позицій переліку вигод і витрат, узагальнення результатів відповідного аналізу допоможуть суб'єкту господарювання оцінити свої потреби і проблеми, визначити вплив інтеграції на перспективи його розвитку. Зазначена методика сприятиме сільськогосподарським підприємствам у прийнятті остаточного рішення щодо вибору організаційно-економічної форми інтеграції.

Система державного регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі повинна поширюватися на контроль над процесом використання земельних ресурсів окремими підприємствами. Пропонуємо затвердити порядок, за яким площа сільськогосподарських угідь, що їх орендує одне підприємство, не повинна перевищувати 35% усієї площі угідь адміністративного району, використовуваних сільськогосподарськими підприємствами. Зазначене обмеження слід поширити не тільки на конкретний суб'єкт господарювання, а й на його засновників. У перспективі елементи бюджетної підтримки сільськогосподарських підприємств, зокрема податкові пільги, доцільно поширювати лише на ті суб'єкти господарювання, які використовують не більше ніж 10% площі сільськогосподарських угідь адміністративного району, а якщо землекористування здійснюватиметься в кількох районах – не більше ніж 5% сумарної площі сільгоспугідь відповідних районів.

Результатом видової конкуренції в системі сільськогосподарського виробництва є нерівномірний розвиток окремих галузей, що не завжди відповідає суспільним інтересам, природоохоронним вимогам. З метою вирішення цієї проблеми пропонується застосувати диференційований підхід до справляння податку на додану вартість та застосування спеціального податкового режиму через сплату фіксованого сільськогосподарського податку окремими агровиробниками. Пропонуємо частково позбавляти відповідних податкових пільг сільськогосподарські підприємства з площею ріллі понад 1 тис. га, які не дотримуються вимог, передбачених Постановою Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2010 року №164 “Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах в різних природно-господарських регіонах”.

У перспективі слід перейти до диференційованої підтримки окремих сільськогосподарських галузей, розподіливши їх на окремі групи за інвестиційною привабливістю, потребою в податкових пільгах і бюджетних дотаціях. Кожні три роки слід розглядати питання про віднесення окремих галузей до тієї чи іншої групи. Податкові пільги та окремі елементи бюджетної підтримки закріплюватимуться за ними на відповідний період.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств неможливе без формування ефективного мотиваційного механізму у вигляді системи оплати праці, соціальних

пакетів для працівників. Такий механізм допоможе підприємству забезпечити нижчу виробничу собівартість та високу якість виробленої продукції. Для його створення слід орієнтуватися на дотримання принципів гідності оплати праці, рівноправності працівника і працедавця, солідарності їх доходів. Дотримання останнього принципу особливо важливе для невеликих сільськогосподарських підприємств.

Як одну з функціональних стратегій зміцнення конкурентоспроможності розглядаємо системну діяльність з удосконалення внутрішньогосподарських відносин сільськогосподарського підприємства. Об'єктом удосконалення виступають технології та механізми, що регулюють відносини між окремими підрозділами й адміністрацією підприємства, між підрозділами та службами, виконавцями в системі підрозділів і служб. Зважаючи на багатоплановість цих відносин, їх удосконалення повинно мати комплексний характер. У підсумку можна розраховувати на помітний синергетичний ефект.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Аграрний сектор: час принципово змінити орієнтири розвитку [Електронний ресурс] / [Л. Молдаван, О. Бородіна, В. Юрчишин та ін.] // Дзеркало тижня. – 10-16 липня 2010 р. – Режим доступу до газети : <http://www.dt.ua/2000/2080/70033/>.
2. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку : інформаційно-аналітичний збірник (випуск 5) / гол. ред. П. Т. Саблук. – К. : ІАЕ УААН, 2002. – 646 с.
3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. Александрова О. С. Конкуренція: благо чи зло. Специфіка та тенденції розвитку / О. С. Александрова, О. А. Зубчик. – К. : Обрії, 2006. – 144 с.
5. Амбросов В. Я. Питання конкурентоспроможності аграрних формувань / В. Я. Амбросов // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства : економічні науки. – Вип. 85. – Харків : ХНТУСГ, 2009. – С. 3-9.
6. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
7. Андрійчук В. Г. Надконцентрація агропромислового виробництва і земельних ресурсів та її наслідки / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2009. – №2. – С. 3-9.
8. Антонюк Л. Л. Інновації : теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
9. Аптекарь С. Розвиток конкуренції в Україні / С. Аптекарь, О. Жалюйда // Економіка України. – 2009. – №7. – С. 13-21.
10. Артеменко А. М. Організаційно-економічні основи розвитку фермерських господарств : монографія / А. М. Артеменко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 272 с.
11. Базисний моніторинг: Аналіз використання бюджету за 2011 рік / [Щербина І. Ф, Рудик А. Ю., Зубенко В. В. та ін.] ; ІБСЕД, Проект “Зміцнення місцевої фінансової ініціативи”, USAID. – К. : Нора-Друк, 2012. – 96 с.
12. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба

- статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 54 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
13. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
 14. Бородин К. Г. Конкурентоспособность в рыночной экономике / К. Г. Бородин. – М. : ТЕИС, 2005. – 125 с.
 15. Бородіна О. Аграрна політика України: витоки, сучасний стан і нові можливості в контексті інституціоналізму та викликів глобалізації / О. Бородіна // Економіка України. – 2008. – №10. – С. 94-111.
 16. Бужин О. А. Конкурентоспроможність продукції тваринництва : монографія / О. А. Бужин. – Черкаси : Відлуння-Плюс, 2008. – 248 с.
 17. Буряк А. В. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств : монографія / А. В. Буряк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 204 с.
 18. Бюджетна підтримка та податкове стимулювання національної економіки України : монографія / за заг. ред. Л. Л. Тарангул ; Нац. ун-т ДПС України. – Ірпінь ; К. : Фенікс, 2012. – 532 с.
 19. Бюлетень Національного банку України (електронне видання) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=71195.
 20. Валова продукція сільського господарства України (у постійних цінах 2010 р.) за 2011 рік : стат. бюл. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 18 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
 21. Варава Л. М. Управління конкурентоспроможністю на підприємствах сировинних галузей : монографія / Л. М. Варава, О. А. Темченко. – Кривий Ріг : Видавничий центр КТУ, 2009. – 254 с.
 22. Васильєв С. В. Ринок землі в аграрній сфері економіки України / С. В. Васильєв, А. О. Сітковська // Економічний простір : зб. наук. пр. – №37. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2010. – С. 36-44.
 23. Великий тлумачний словник української мови / укладач і головн. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : Перун, 2001. – 1440 с.
 24. Виноградська А. М. Основи підприємництва : навч. посіб. / А. М. Виноградська. – К. : Кондор, 2008. – 544 с.
 25. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2011 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств Украї-

- ни) : стат. зб. – Ч. I / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 368 с.
26. Вініченко І. І. Інвестиційна діяльність аграрних підприємств : монографія / І. І. Вініченко. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 444 с.
 27. Внутрішньогосподарські організаційно-економічні механізми забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств / [П. Т. Саблук, М. Й. Малік, Ю. С. Коваленко та ін.]. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 204 с.
 28. Войнаренко М. П. Кластери в інституційній економіці : монографія / М. П. Войнаренко. – Хмельницький : ХНУ, ТОВ “Тріада-М”, 2011. – 502 с.
 29. Гибсон Дж. Л. Организации: поведение, структура, процессы / Дж. Л. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Д. Х. Донелли-мл. ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 662 с.
 30. Горбонос Ф. Тенденції розвитку особистих селянських господарств в умовах ринку / Ф. Горбонос, Н. Павленчик // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2008. – №15. – с. 16-24.
 31. Горьовий В. П. Фермерство України: теорія, методологія, практика : монографія / В. П. Горьовий. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 540 с.
 32. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
 33. Градов А. П. Национальная экономика / А. П. Градов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 240 с.
 34. Гринько Т. В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках : монографія / Т. В. Гринько. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2005. – 324 с.
 35. Губені Ю. Е. Підприємництво : навч. посіб. / Ю. Е. Губені. – Львів : Українські технології, 2012. – 572 с.
 36. Губерная Г. К. Рынок и необходимость государственного управления : спецкурс / Г. К. Губерная. – Донецк : Технопарк, 2012. – 157 с.
 37. Данкевич А. Є. Розвиток інтегрованих структур у сільському господарстві : монографія / А. Є. Данкевич. – К. : ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2011. – 348 с.
 38. Дем’яненко М. Я. Фінансові чинники формування доходів у сільському господарстві / М. Я. Дем’яненко // Економіка АПК. – 2008. – №5. – С. 18-20.

39. Дем'яненко С. Система диференційованих оптимумів та її вплив на ефективність використання виробничих ресурсів аграрних підприємств / С. Дем'яненко // Шляхи підвищення ефективності використання агроресурсного потенціалу : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму. – Т. 2. – Львів : Львів. нац. аграр. ун-т, 2009. – С. 3-10.
40. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року // Економіка АПК. – 2007. – №11. – С. 3-57.
41. Держкомзем інформує про укладення договорів оренди та плати за оренду земельних часток (паїв) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dkzr.gov.ua/terra/control/uk/publish/category?cat_id=36903.
42. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / [авт. кол. : А. Е. Воронкова ... [та ін.] ; за заг. ред. А. Е. Воронкової. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 520 с.
43. Дієсперов В. С. Оплата сільськогосподарської праці / В. С. Дієсперов // Економіка АПК. – 2012. – №9. – С. 76-83.
44. Долан Э. Дж. Микроэкономика / Э. Дж. Долан, Д. Е. Линдсей ; [пер. с англ.]. – СПб : СПб оркестр, 1994. – 446 с.
45. Долгошея Н. О. Організаційно-економічний механізм інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки / Н. О. Долгошея // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ПДТУ, 2011. – Т. 2. – С. 17-22.
46. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : уч. пос. / Питер Ф. Друкер ; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2000. – 272 с.
47. Економічна енциклопедія : у 3 т. – Т. 1 / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – 864 с.
48. Економічна енциклопедія : у 3 т. – Т. 2 / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2001. – 848 с.
49. Економічна енциклопедія : у 3 т. – Т. 3 / Редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2002. – 952 с.
50. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / за ред. Р. Дяківа. – К. : Міжнародна економічна фундація, 2000. – 704 с.
51. Євчук Л. А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств : монографія / Л. А. Євчук. – Миколаїв : Вид-ць Прокопчук Т. Ю., 2010. – 340 с.

52. Єранкін О. О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації : монографія / О. О. Єранкін. – К. : КНЕУ, 2009. – 419 с.
53. Жалило Я. А. Экономическая стратегия как категория современной экономической науки / Я. А. Жалило // Вопросы экономики. – 2005. – №1. – С. 19-27.
54. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках : наукова доповідь / за ред. В. М. Трегобчука, Б. Й. Пасхавера. – К. : Інститут економіки та прогнозування, 2007. – 259 с.
55. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
56. Запорожан Л. Зарубіжний досвід оплати праці за грейдами / Л. Запорожан, В. Барабан, М. Запорожан // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – Тернопіль : Економічна думка, 2011. – Вип. 8, ч. 2. – С. 155-157.
57. Заруба Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства / Ю. Б. Заруба // Фінанси України. – 2001. – №2. – С. 119-125
58. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации. – Ч. 1. Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе / В. И. Захарченко, В. Н. Осипов. – Одесса : Фаворит – Печатный дом, 2010. – 122 с.
59. Збарський В. К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В. К. Збарський, М. А. Місевич. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.
60. Зведені показники сільськогосподарського виробництва за 1990-2009 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
61. Зеліско І. М. Економічна сутність інтеграції в аграрній сфері / І. М. Зеліско // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 105-109.
62. Земельний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.
63. Инновационная экономика : монография / [Л. Н. Ивин, В. М. Куклин, А. С. Захарченков и др.]; под ред. проф. Л. Л. Товажнянского. – Харьков : ЭДЭНА, 2010. – 716 с.
64. Іванюта В. Ф. Розвиток аграрного виробництва регіону: методологічне забезпечення, стан і перспективи : монографія / В. Ф. Іванюта. – Полтава : РВВ ПолтНТУ, 2008. – 431 с.

65. Іванюта В. Ф. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентоспроможності / В. Ф. Іванюта // Агроінком. – 2008. – №2. – С. 97-101.
66. Індекс цін виробників за 2011 рік : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 234 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
67. Інноваційна діяльність в аграрній сфері / М. М. Кулаєць, М. Ф. Бабієнко, П. А. Лайко, О. Д. Витвицька // Економіка АПК. – 2011. – №2. – С. 100-107.
68. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституційний аспект : монографія / [Саблук П. Т., Шпикуляк О. Г., Курило Л. І. та ін.]. – К. : ННЦ “ІАЕ”, 2010. – 706 с.
69. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. пос. / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Академія, 2005. – 400 с.
70. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы / Б. Карлофф. – М. : Экономика, 1991 – 240 с.
71. Кириленко І. Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва / І. Г. Кириленко // Економіка АПК. – 2005. – №11. – С. 68-72.
72. Класифікація сільськогосподарських земель як наукова передумова їх екологічнобезпечного використання / Д. С. Добряк, О. П. Каша, Д. І. Бабміндра, І. А. Розумний. – К. : Урожай, 2009. – 464 с.
73. Клімова О. І. Щодо питання визначення понять “конкурентоспроможність”, “конкурентноздатність” та “конкурентостійкість” / О. І. Клімова // Управління економічними процесами на підприємствах і організаціях в Україні : зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУУ, 2009. – Т. X. – С. 69-77.
74. Ковальська Л. Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення : монографія / Л. Л. Ковальська ; за наук. ред. З. В. Герасимчук. – Луцьк : Надстир’я, 2007. – 420 с.
75. Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст : монографія / О. І. Ковтун. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 276 с.
76. Козак О. А. Формування міжгалузевих відносин та еквівалентність обміну в аграрній сфері / О. А. Козак, Л. М. Малік // Економіка АПК. – 2012. – №8. – С. 17-21.

77. Кондратюк О. І. Підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції / О. І. Кондратюк // Економіка АПК. – 2005. – №10. – С. 109-112.
78. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Харьков : Изд-во ХНЭУ, 2004. – 256 с.
79. Конкурентоспособность продукции и предприятия / [Б. В. Буркинський, Е. В. Лазарева, И. Н. Агеева и др.]. – Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. – 132 с.
80. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк, Я. В. Белінська та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
81. Конкурентоспроможність національної економіки / за ред. д-ра екон. наук Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2005. – 582 с.
82. Конкурентоспроможність регіонів України: методологія і практика / [Чернюк Л. Г., Клиновий Д. В., Швець П. А. та ін.] ; за наук. ред. Л. Г. Чернюк. – К. : РВПС України НАН України, 2010. – 108 с.
83. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики : монографія / В. С. Пономаренко [... та ін.]. – Харків : ІНЖЕК, 2007. – 264 с.
84. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики : монографія [Кизим М. О., Тищенко О. М., Иванов Ю. Б. та ін.]. – Харків : ІНЖЕК, 2006. – 248 с.
85. Кооперація в агробізнесі : підручник / [Ф. В. Горбонос, Л. А. Янковська, Н. Ф. Павленчик та ін.] – Львів : Львівський університет бізнесу та права, 2011. – 360 с.
86. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи : монографія / М. Д. Корінько. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 448 с.
87. Костирко Л. А. Аналітичний інструментарій оцінювання ефективності затрат на інноваційну діяльність підприємства : монографія / Л. А. Костирко, А. А. Мартинов, Г. О. Надьон. – Луганськ : Ноулідж, 2011. – 246 с.
88. Красноручський О. О. Методичні протиріччя в оцінці конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / О. О. Красноручський, А. Ю. Гайдусь // Економіка АПК. – 2011. – №11. – С. 103-109.

89. Куйбіда М. С. Управління якістю на підприємстві : монографія / М. С. Куйбіда. – Рівне : Вид-во ПП ДМ, 2011. – 148 с.
90. Лаврук В. В. Інвестиційне забезпечення інноваційних проектів в агропромисловому виробництві: теорія, методологія, практика : монографія / В. В. Лаврук. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2010. – 380 с.
91. Лагутін В. Д. Пріоритети розвитку конкуренції в умовах економічної модернізації / В. Д. Лагутін // Конкурентна політика в умовах модернізації економіки : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 18-19 жовтня 2012 р.) : у 2 ч. – ч. 1 / відп. ред. В. Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 15-18.
92. Левченко Н. М. Європейський підхід до фінансування розвитку АПК / Н. М. Левченко // Агросвіт. – 2012. – №19. – С. 5-10.
93. Легеза Д. Г. Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських підприємств : монографія / Д. Г. Легеза. – К. : ННЦ "ІАЕ", 2011. – 396 с.
94. Липчук В. В. Менеджерський персонал у сільському господарстві: теорія і практика : монографія / В. В. Липчук, А. О. Линдюк. – Львів : [б. в.], 2010. – 200 с.
95. Липчук В. В. Розвиток малого підприємництва в сільському господарстві : монографія / В. В. Липчук, С. В. Коробка. – Львів : Сполом, 2011. – 227 с.
96. Липчук В. В. Фермерські господарства: стан, проблеми та стратегії розвитку / В. В. Липчук, Л. Б. Гнатишин, О. М. Кордоба. – Львів : Магнолія-2006, 2010, – 236 с.
97. Лопатинський Ю. М. Трансформація аграрного сектора: інституціональні засади / Ю. М. Лопатинський. – Чернівці : Рута, 2006. – 344 с.
98. Львівський державний аграрний університет. – Львів : ЛДАУ, 2006. – 432 с.
99. Мазнєв Г. Є. Економічна ефективність інноваційних техніко-технологічних рішень в аграрному виробництві / Г. Є. Мазнєв // Економіка АПК. – 2011. – №6. – С. 118-127.
100. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки / П. М. Макаренко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 682 с.
101. Макаренко Ю. П. Інвестиційна поведінка та привабливість суб'єктів господарювання в економіці : монографія / Ю. П. Макаренко, О. В. Родіонов, О. А. Галич. – Полтава : [б. в.], 2011. – 360 с.

102. Макконнелл К. Р. Экономикс: Проблемы, принципы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – в 2 т. – М. : Туран, 1996. – Т. 2. – 400 с.
103. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
104. Маренич Т. Г. Трансформаційна динаміка та механізми економічного регулювання агроформувань (питання теорії, методології, практики) : монографія / Т. Г. Маренич. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 454 с.
105. Маркетинговий аналіз : навч. посіб. / [Липчук В. В., Яців І. Б., Гошко Б. М., Гошко О. Й.]. – К. : Академвидав, 2007. – 216 с.
106. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии : Том первый / Маркс К., Энгельс Ф. – Соч. – 2-е изд. – Т. 23. – М. : Государственное издательство политической литературы, 1960. – 907 с.
107. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии : Том третий : Часть первая / Маркс К., Энгельс Ф. – Соч. – 2-е изд. – Т. 25, ч. 1. – М. : Государственное издательство политической литературы, 1961. – 545 с.
108. Маршалл А. Принципы экономической науки : в 3 т. / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т. 1. – 416 с.
109. Мельник Т. М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції : монографія / Т. М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 396 с.
110. Менеджмент XXI века: Когда-нибудь мы все будем так управлять : [пер. с англ.] / [М. Андерсон, К. А. Бартлетт, Х. Бучихи и др.] ; под ред. С. Чоудхари. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 447 с.
111. Месель-Веселяк В. Я. Оптимальні розміри сільськогосподарських формувань промислового типу в Україні / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2008. – №3. – С. 13-20.
112. Месель-Веселяк В. Я. Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2007. – №12. – С. 8-14.
113. Методология моделирования жизнеспособных систем в экономике : монография / [Ю. Г. Лысенко, В. Н. Тимохин, Р. А. Руденский и др.]. – Донецк : Юго-Восток, 2009. – 350 с.

114. Мизес Л. фон Человеческая деятельность: трактат по экономической теории [Электронный ресурс] / Людвиг фон Мизес. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/libertarium/humanact401>.
115. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність : навч. посіб. / П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
116. Милль Дж. С. Основы политической экономии : в 3 т. / Дж. С. Милль ; под общ. ред. А. Г. Милейковского. – М. : Прогресс, 1980. – Т. 1. – 496 с.
117. Милль Дж. С. Основы политической экономии : в 3 т. / Дж. С. Милль ; под общ. ред. А. Г. Милейковского. – М. : Прогресс, 1980. – Т. 3. – 448 с.
118. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери / О. М. Могильний. – Ужгород : ІАВ, 2005. – 400 с.
119. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження / С. В. Мочерний. – Львів : Світ, 2001. – 416 с.
120. Мэнкью Г. Н. Макроэкономика / Грегори Н. Менкью. – М. : МГУ, 1994. – 736 с.
121. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К. : Інформаційно-видавничий центр Держстату України, 2012. – 305 с.
122. Нешитой А. Конкурентоспособность и условия воспроизводства / А. Нешитой, О. Сухарев // Экономист. – 2005. – №3. – С. 3-12.
123. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : УВПК “ЕксОб”, 2001. – 560 с.
124. Нижник В. М. Економічна безпека України в системі євроатлантичних інтеграційних процесів : навч. посіб. / В. М. Нижник, М. В. Ніколайчук. – Хмельницький : ХНУ, 2008. – 439 с.
125. Новиков А. М. Методология [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – Режим доступа : <http://methodolog.ru/method.htm>.
126. Нормативні витрати, ціни, баланси сільськогосподарської продукції в Україні та країнах світу / [О. М. Шпичак, Ю. Я. Гапусенко, С. А. Станісевич та ін.] ; за ред. О. М. Шпичака, Ю. Я. Гапусенка. – К. : ННЦ “ІАЕ”, 2006. – 693 с.
127. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 127 с.

128. Ольховська А. Н. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / А. Н. Ольховська // Економіка АПК. – 2008. – №11. – С. 116-119.
129. Оперативна інформація щодо укладення договорів оренди та плати за оренду земельних ділянок, земельних часток (паїв) (станом на 01.10.2010 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dkzr.gov.ua/terra/control/uk/publish/article?art_id=114452&cat_id=97889.
130. Оплата труда и другие расчеты с работниками предприятия / [М. Михайлицкая, К. Скрипкина, Н. Чернышова и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Харьков : Фактор, 2012. – 656 с.
131. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / за заг. ред. акад. П. Т. Саблука. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 342 с.
132. Органік в Україні [Електронний ресурс] / Федерація органічного руху України. – Режим доступу : <http://www.organic.com.ua>.
133. Основні економічні показники виробництва продукції сільськогосподарства в сільськогосподарських підприємствах за 2011 рік : стат. бюл. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 88 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
134. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Львівської області у 2012 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Львів : [б. в.], 2012. – 28 с.
135. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг ; [пер. с англ.]. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2001. – 944 с.
136. Осташко Т. О. Структурно-інституційний аналіз аграрного ринку : наукова доповідь / Т. О. Осташко. – К. : Ін-т екон. та прогнозув., 2006. – 56 с.
137. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2006. – 276 с.
138. Пантелєєв В. Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства (методологія простого рішення) / В. Д. Пантелєєв // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Вип. 2 (45). – Миколаїв : Миколаївський державний аграрний університет, 2008. – С. 10-16.
139. Панченко В. В. Внутрішньогосподарські локальні нормативно-правові акти сільськогосподарських підприємств як форма аграр-

- ного права : монографія / В. В. Панченко. – Харків : Вид-во “С. А. М.”, 2012. – 164 с.
140. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектора / Б. Пасхавер // Економіка України. – 2007. – №1. – С. 78-87.
141. Пахомов С. Ю. Глобальна конкуренція: нові явища, тенденції та чинники розвитку : монографія / С. Ю. Пахомов. – К. : КНЕУ, 2008. – 224 с.
142. Перерва П. Г. Економіка та управління інноваційною діяльністю : навч. посіб. / П. Г. Перерва, М. І. Погорелов, С. А. Мехович. – Харків : НТУ “ХП”, 2011. – 628 с.
143. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л. І. Піддубна. – Харків : ІНЖЕК, 2007. – 368 с.
144. Підлісецький Г. Ріст фондозабезпеченості сільського господарства України як основа конкурентного аграрного виробництва / Г. Підлісецький, М. Могилова // Шляхи підвищення ефективності використання агроресурсного потенціалу : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму. – Т. 2. – Львів : Львів. нац. аграр. ун-т, 2009. – С. 196-201.
145. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
146. Пожуєва Т. О. Формування інноваційних засад управління фондом оплати праці : монографія / Т. О. Пожуєва, О. В. Гамова. – Запоріжжя : ЗДІА, 2011. – 252 с.
147. Попова О. В. Вопросы методологии управления инновационными процессами в АПК [Электронный ресурс] / О. В. Попова // Управление общественными и экономическими системами. – 2007. – №1. – Режим доступа : http://bali.ostu.ru/umc/zj2007_1.php.
148. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М : Международные отношения, 1993. – 896 с.
149. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / Майкл Е. Портер ; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
150. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / К. К. Прахалад, В. Рамасвами ; [пер. з англ. Михайла Ставицького]. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2005. – 258 с.

151. Праця в Україні у 2011 році : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 343 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
152. Притула Н. М. Сучасні тенденції інноваційного розвитку аграрних підприємств / Н. М. Притула // Держава та регіони : Економіка та підприємництво. – 2011. – №3. – С. 238-242.
153. Про Антимонопольний комітет України : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>.
154. Про безпечність та якість харчових продуктів : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.
155. Про громадські об'єднання : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>.
156. Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах в різних природно-сільськогосподарських регіонах : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2010 р. № 164 (із змінами) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=164-2010-%EF>.
157. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення фінансової підтримки суб'єктів господарювання агропромислового комплексу через механізм здешевлення кредитів та компенсації лізингових платежів : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 серпня 2010 року №794 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/794-2010-%D0%BF>.
158. Про затвердження Порядку використання сум податку на додану вартість, сплачених переробними підприємствами до спеціального фонду державного бюджету : Постанова Кабінету Міністрів України від 2 березня 2011 року №246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.gov.ua>.
159. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
160. Про захист економічної конкуренції : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

161. Про інвестиційну діяльність : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
162. Про інноваційну діяльність : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
163. Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки : Указ Президента України // Голос України. – 1999. – 7 грудня.
164. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/469/97>.
165. Прокопенко К. О. Малі аграрні підприємства в аграрному секторі економіки України / К. О. Прокопенко // Економіка АПК. – 2012. – С. 99-104.
166. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика : монографія / П. Р. Пуцентейло. – Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2011. – 420 с.
167. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 479 с.
168. Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за 2011 рік : стат. бюл. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
169. Реверчук С. К. Основи теорії економічної конкуренції : навч. посіб. / С. К. Реверчук, Т. В. Сива, Л. С. Реверчук – К. : Знання, 2007. – 271 с.
170. Регионы Украины: оценка конкурентоспособности / [А. Амоша, М. Дубнина, С. Качура и др.] // Экономист. – 2005. – №12. – С. 62-74.
171. Регіони України 2009 : стат. зб. / Державний комітет статистики України. Ч. 2. – К. : [б. в.], 2009. – 758 с.
172. Регіони України 2012 : стат. зб. / Державна служба статистики України. Ч. 2. – К. : [б. в.], 2012. – 801 с.
173. Реформування аграрної науки: тотальне скорочення чи оптимізація? // Пропозиція. – 2011. – №10. – С. 18-20.
174. Розвиток різноукладності на селі: особливості, проблеми / [В. В. Юрчишин, Л. М. Шевченко, В. Х. Брус та ін.]; за ред. В. В. Юрчишина. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 446 с.

175. Рослинництво України : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 108 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
176. Россоха В. В. Формування інноваційно-інвестиційної політики в аграрній сфері економіки : монографія / В. В. Россоха, О. М. Гусак. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 242 с.
177. Рябоконт В. П. Ефективність функціонування та удосконалення механізмів економічного регулювання аграрного виробництва / В. П. Рябоконт, О. М. Супрун // Економіка АПК. – 2012. – №6. – С. 6-12.
178. Саблук П. Т. Розвиток інституцій удосконалення механізму реформування аграрного сектору економіки / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2010. – №10. – С. 3-10.
179. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : монография / С. И. Савчук ; под науч. ред. акад. НАН Б. В. Буркинського. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с.
180. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : навч. посіб. / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 352 с.
181. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус – М. : БИНОМ, Лаборатория базовых знаний, 1997. – 800 с.
182. Светуных С. Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью [Электронный ресурс] / С. Г. Светуных. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/index.htm>.
183. Сільське господарство України : стат. зб. / Державний комітет статистики України. – К. : [б. в.], 2007. – 367 с.
184. Сільське господарство України : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 386 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
185. Смит А. Исследование о причинах и богатстве народов (книги I-III) / Адам Смит. – М. : Наука, 1992. – 572 с.
186. Смолін І. В. Конкурентоспроможність підприємств : навч. посіб. / І. В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 204 с.
187. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : монографія / І. В. Смолін. – К. : КНТЕУ, 2004. – 344 с.
188. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко. – К. : Логос, 2004. – 848 с.

189. Становлення та ефективність функціонування сільськогосподарських виробничих структур різних організаційно-правових форм / [Березівський П. С., Березівська О. Й., Березівський З. П. та ін.]. – Львів : Ліга-Прес, 2007. – 202 с.
190. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України. – К. : Август Трейд, 2012. – 558 с.
191. Стельмашук А. М. Дорадництво : навч. посіб. / А. М. Стельмашук, П. С. Смоленюк. – Хмельницький : ПП Гонта А. С., 2010. – 160 с.
192. Стивенсон В. Дж. Управление производством / Вильям Дж. Стивенсон ; [пер. с англ.]. – М. : Лаборатория базовых знаний ; БИНОМ, 1998. – 928 с.
193. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / [за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка]. – К. : ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 218 с.
194. Стратегія економічного і соціального розвитку Сумської області на період до 2015 року “Нова Сумщина – 2015” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.state-gov.sumy.ua/docs/komitet_ekonom_pitan/strateg_ns_2015.html.
195. Сухий П. О. Агропродовольчий комплекс Західноукраїнського регіону : монографія / П. О. Сухий. – Чернівці : Рута, 2008. – 400 с.
196. Сучасна земельна політика України / [Юрченко А. Д., Греков Л. Д., Мірошніченко А. М., Кузьмін А. В.]. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 260 с.
197. Сучасні аспекти стабільного розвитку економіки : колективна монографія / за ред. О. О. Непочатенко, П. К. Бечка. – Умань : Видавець “Сочінський”, 2010. – 316 с.
198. Сучасні проблеми розвитку національної економіки і шляхи її розв’язання : колективна наукова монографія / за наук. ред. д. е. н., проф. М. М. Єрошенка. – К. : Національна академія управління, 2008. – 452 с.
199. Талах В. Конкуренція та інновації в економіці України / В. Талах, А. Щербак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – №4. – С. 5-12.
200. Тарнавська Н. Новітні прояви конкуренції в суспільстві, яке базується на змаганнях / Н. Тарнавська // Економіка України. – 2008. – №2. – С. 4-16.

201. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
202. Тваринництво України : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К. : [б. в.], 2012. – 211 с. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
203. Ткачук В. І. Диверсифікація аграрного підприємництва : монографія / В. І. Ткачук. – Житомир : ЖНАЕУ, 2011. – 268 с.
204. Ткачук В. І. Формування конкурентоспроможності продукції льонарства : монографія / В. І. Ткачук, Н. І. Кравчук. – К. : Фенікс, 2008. – 193 с.
205. Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции / Джек Траут, Стив Ривкин. – 2-е изд., обновл. и доп. – СПб. : Питер, 2010. – 304 с.
206. Трейси М. Сельское хозяйство и продовольствие в экономике развитых стран: Введение в теорию, практику и политику / М. Трейси ; [пер. с англ.]. – СПб. : Экономическая школа, 1995. – 431 с.
207. Туган-Барановский М. Конкуренция [Электронный ресурс] / М. Туган-Барановский // Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron.
208. Турчанінова Л. І. Статистика якості : навч. посіб. / Л. І. Турчанінова, О. В. Доля. – К. : КНУБА, 2012. – 79 с.
209. Угода про сільське господарство [Електронний ресурс] : міжнар. документ від 15.04.1994 р. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/981_005/page.
210. Ульянченко О. В. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств та стратегічні аспекти її формування : монографія / О. В. Ульянченко, Л. А. Євчук, І. В. Гуторова. – Харків : Віровець А. П. “Апостроф”, 2011. – 340 с.
211. Ульянченко О. В. Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на кластерних засадах / О. В. Ульянченко // Вісник аграрної науки. – 2010. – №10. – С.56-59.
212. Ульянченко Ю. Інституціональні фактори інноваційного розвитку регіонів на основі кластерного підходу / Юрій Ульянченко // Публічне управління: теорія і практика. – 2010. – №2. – С. 184-189.

213. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навч. посіб. / за ред. д. е. н., проф., акад. І. Ю. Сіваченка – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.
214. Уряд створив Державний земельний банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245380043.
215. Фаренік С. А. Логіка і методологія наукового дослідження : наук.-метод. посіб. / Сергій Фаренік. – К. : Вид-во УАДУ, 2000. – 340 с.
216. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
217. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник для вузов. – 2-е изд., доп. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО “Бизнес-школа “Интел-Синтез”, 1998. – 416 с.
218. Фертікова Т. М. Інституційна економіка : навч. посіб. / Т. М. Фертікова. – Миколаїв : Видавництво ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 128 с.
219. Фінанси в період реформування агропромислового виробництва / [М. Я. Дем’яненко, В. М. Алексійчук, А. Г. Борщ та ін.] ; за ред. М. Я. Дем’яненка. – К. : ІАЕ УААН, 2002. – 645 с.
220. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / А. Н. Тищенко ... [и др.]. – Харьков : ИНЖЭК, 2007. – 376 с.
221. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практ. посіб. / за ред. П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2000. – 556 с.
222. Фудин А. Ф. Экономика сельского хозяйства зарубежных стран: Развитые капиталистические страны / А. Ф. Фудин. – М. : Изд-во УДН, 1987. – 320 с.
223. Футало Т. В. Формування конкурентних систем у сфері торгівлі : монографія / Т. В. Футало. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. – 292 с.
224. Царенко О. М. Управління якістю агропромислової продукції : навч. посіб. / О. М. Царенко, В. П. Руденко. – Суми : Університетська книга, 2006. – 431 с.
225. Цимбалюк С. О. Соціальний пакет: сутність, природа та мотиваційна роль / С. О. Цимбалюк // Соціально-трудова відносина: теорія та практика : зб. наук. праць. – 2011. – №1 – С. 39-47.

226. Ціноутворення та нормативні витрати в сільському господарстві (теорія, методологія, практика) : у 2 т. / за ред. П. Т. Саблука, Ю. Ф. Мельника, М. В. Зубця, В. Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ “Інститут аграрної економіки” УААН, 2008. – Т. 1. Теорія ціноутворення та технологічні карти вирощування сільськогосподарських культур. – 698 с.
227. Ціноутворення та нормативні витрати в сільському господарстві (теорія, методологія, практика) : у 2 т. / за ред. П. Т. Саблука, Ю. Ф. Мельника, М. В. Зубця, В. Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ “Інститут аграрної економіки” УААН, 2008. – Т. 2. Нормативна собівартість та ціни на сільськогосподарську продукцію. – 650 с.
228. Чан Ким У. Стратегія голубого океана / У. Чан Ким, Рене Моборн. – М. : НІРРО Publishing, 2008. – 272 с.
229. Чемберлін Е. Теорія монополістическої конкуренції (Реорганізація теорії стоимості) / Е. Чемберлін ; [пер. с. англ. ; под ред. Ю. А. Ольсевича]. – М. : Економіка, 1996. – 351 с.
230. Черевко Г. В. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств в умовах членства України у Світовій організації торгівлі : монографія / Г. В. Черевко, П. С. Березівський, Д. Г. Черевко. – Львів : Український бестселер, 2011. – 168 с.
231. Чернега В. В. Конкурентоспроможність підприємства та механізм її забезпечення : монографія / В. В. Чернега. – К. : ІПК ДСЗУ, 2008. – 235 с.
232. Чичкало-Кондрацька І. Б. Кластери у розвитку регіональних економічних систем : монографія / І. Б. Чичкало-Кондрацька, В. В. Величко. – Полтава : Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, 2010. – 166 с.
233. Швець В. Я. Інвестування : навч. посіб. / В. Я. Швець, Г. В. Баранець, Н. Ф. Єфремова. – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2011. – 459 с.
234. Шевченко Л. С. Конкурентное управление : учеб. пособ. / Л. С. Шевченко – Харьков : Эспада, 2004. – 520 с.
235. Шейко В. М. Організація та методика науково-дослідної діяльності / В. М. Шейко, Н. М. Кушнарєнко. – К. : Знання, 2006. – 307 с.
236. Школьний О. О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств : монографія. –

- Умань : Видавництво Уманського державного аграрного університету, 2007. – 308 с.
237. Шпанко А. Про сутність поняття “стратегічна конкурентоспроможність” / А. Шпанко // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 45-49.
238. Шпикуляк О. Г. Інституції в розвитку та регулюванні аграрного ринку : монографія / О. Г. Шпикуляк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 396 с.
239. Шпичак О. М. Економіко-організаційні проблеми якості сільськогосподарської продукції та продовольства / О. М. Шпичак // Економіка АПК. – 2010. – №11. – С. 51-59.
240. Шувар Б. І. Організаційно-економічне забезпечення ведення органічного сільськогосподарського виробництва : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Б. І. Шувар. – Львів, 2012. – 20 с.
241. Шульський М. Г. Організаційно-економічні основи функціонування малих господарських формувань у сільському господарстві : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук / М. Г. Шульський. – Київ, 2006. – 34 с.
242. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; [пер. с нем.]. – М. : Прогресс, 1982. – 454 с.
243. Экономическая энциклопедия / науч.-ред. совет изд-ва “Экономика” ; Ин-т экон. РАН ; гл. ред. Л. И. Абалкин. – М. : Экономика, 1999. – 1055 с.
244. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пос. / А. Ю. Юданов. – М. : Изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.
245. Юрчишин В. В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки / В. В. Юрчишин // Економіка АПК. – 2005. – №3. – С. 3-10.
246. Юхименко П. І. Історія економічних учень : підручник / П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. – К. : Знання, 2005. – 583 с.
247. Юхименко П. І. Розвиток орендних відносин в аграрному секторі економіки / П. І. Юхименко, О. М. Загурський // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 18-21.

248. Яворська Т. І. Малий бізнес у сільському господарстві: теорія і практика : монографія / Т. І. Яворська. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 386 с.
249. Янковский Н. А. Управление качеством в условиях международной конкуренции / Н. А. Янковский, Ю. В. Макогон, Н. В. Фомичев ; под науч. ред. Ю. В. Макогона. – Донецк : Донецкий национальный университет, 2007. – 340 с.
250. Яцив И. Б. Конкурентная стратегия фокусирования в малых сельскохозяйственных предприятиях / И. Б. Яцив // Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. ; М-во обр. и науки РФ ; ФГБОУ ВПО “Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина” ; [отв. ред. А.А. Бурмистрова]. – Тамбов : Бизнес-Наука-Общество, 2012. – С. 231-235.
251. Яців І. Диверсифікація виробництва в сільськогосподарських підприємствах / І. Яців, І. Щербата // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2006. – № 13. – С. 495-500.
252. Яців І. Застосування SPASE-аналізу під час дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / І. Яців // Наукові і практичні аспекти агропромислового виробництва та розвитку сільських регіонів : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 22-24 вересня 2010 року. – Львів : Львів. нац. аграр. ун-т, 2010. – С. 190-195.
253. Яців І. Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва: проблеми і перспективи / І. Яців // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 1999. – № 6. – С. 135-139.
254. Яців І. Конкурентні відносини в аграрному секторі України / І. Яців // Вісник Львівського національного університету : економіка АПК. – 2010. – №17 (2). – С. 9-14.
255. Яців І. Концентрація виробництва у сільськогосподарських підприємствах як чинник формування в них конкурентних переваг / І. Яців // Аграрна економіка. – 2010. – Т. 3, №1-2. – С. 109-114.
256. Яців І. Оцінка ризиків інноваційних проектів у сільському господарстві / Ігор Яців // Економічний аналіз : зб. наук. пр. / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Економічна думка, 2011. – Вип. 9, ч. 1. – С. 421-423.

257. Яців І. Перспективи особистих селянських господарств у системі аграрного виробництва регіону / І. Яців, В. Дмитришин // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2007. – № 14 (1). – С. 35-43.
258. Яців І. Розвиток товарного виробництва ягідної продукції в малих формах сільськогосподарського виробництва / І. Яців // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2005. – № 12. – С. 269-275.
259. Яців І. Соціальні аспекти розвитку земельних відносин в аграрному секторі економіки / Ігор Яців, Ірина Люта // Науковий вісник Університету “Львівський Ставропігон”. Серія економічна. – Львів : Ставропігон, 2006. – Вип. 1. – С. 32-39.
260. Яців І. Сутність категорії “конкурентоспроможність” та особливості її оцінки стосовно системи аграрного виробництва / І. Яців // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 2008. – №15. – С. 58-67.
261. Яців І. Б. Аграрний сектор Західної України після першого десятиліття ринкових реформ / І. Б. Яців // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Стратегія розвитку агропромислового комплексу : щорічник наукових праць. – Вип. XIII / НАН України. Інститут регіональних досліджень. Редкол. : відпов. ред. акад. НАНУ М. І. Долишній. – Львів, 2000. – С. 121-126.
262. Яців І. Б. Аграрні кластери як чинник трансформації конкурентних відносин / І. Б. Яців // Інноваційна економіка. – 2012. – №12. – С. 96-99.
263. Яців І. Б. Агрохолдинг – тупик чи еволюція? / І. Б. Яців // Організаційно-економічні та правові проблеми розвитку сільського господарства та сільських територій : зб. наук. доп. та стат. – Львів : Українські технології, 2012. – С. 202-206.
264. Яців І. Б. Вимірювання конкуренції в аграрному секторі / І. Б. Яців // Держава та регіони : економіка та підприємництво. – 2009. – №3. – С. 218-223.
265. Яців І. Б. Виробнича діяльність великих сільськогосподарських підприємств та можливості її регулювання / І. Б. Яців, О. Б. Мальченко // Інформаційно-аналітичне забезпечення зрівноваженого розвитку сільського господарства і села : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 червня 2011 р. – Львів : Львівський національний аграрний університет, 2011. – С. 60-64.

266. Яців І. Б. Вплив міжгалузевої конкуренції на розвиток аграрного сектора економіки / І. Б. Яців // Держава та регіони : економіка та підприємництво. – 2010. – №3. – С. 206-210.
267. Яців І. Б. Державне регулювання розвитку малих форм сільськогосподарського виробництва / І. Б. Яців, С. Ф. Яців // Трансформація сільського господарства та села : ювілейний зб. наук. стат. / за заг. ред. Губені Ю. Е. – Львів : ЛНАУ ; Українські технології, 2010. – С. 399-408.
268. Яців І. Б. Диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств як засіб зміцнення їх конкурентоспроможності / І. Б. Яців // Регіональні проблеми розвитку агропромислового комплексу : зб. наук. доп. – Львів : Львівська обласна спілка економістів України ; Львівський національний аграрний університет, 2009. – С. 218-227.
269. Яців І. Б. Дослідження еластичності попиту на продовольчі товари / І. Б. Яців // Економіка АПК. – 2004. – № 11. – С. 112-117.
270. Яців І. Б. Дослідження формування пропозиції сільськогосподарської продукції / І. Б. Яців, С. Ф. Яців // Методичні основи сучасного дослідження в аграрній економіці : матеріали Міжнар. наук.-теорет. конф., Житомир, 3-5 березня 2005 р. : у 3 ч. – Житомир : Державний агроекологічний університет, 2005. – Ч. 3. – С. 94-97.
271. Яців І. Б. Еластичність попиту на продовольчі товари як елемент конкурентного середовища / І. Б. Яців // Вісник Хмельницького національного університету : економічні науки. – Хмельницький, 2010. – №2, Т. 1. – С. 61-64.
272. Яців І. Б. Ідентифікація конкурентних переваг підприємства / І. Б. Яців // Наука й економіка : наук.-теорет. журнал Хмельницького економічного університету. – 2010. – Вип. 2 (18). – С. 197-203.
273. Яців І. Б. Інтеграційні відносини як чинник зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – Вип. 3 (142) / наук. ред. І. Г. Манцуров. – К., 2013. – С. 105-110.
274. Яців І. Б. Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва: проблеми і перспективи / І. Б. Яців // Вісник Львівського державного аграрного університету : економіка АПК. – 1999. – № 6. – С. 135-139.

275. Яців І. Б. Конкурентні відносини в системі аграрного землекористування / І. Б. Яців // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 15-21.
276. Яців І. Б. Конкурентоспроможність молочного скотарства: системно-функціональний підхід / І. Б. Яців // Економіка: проблеми теорії і практики : зб. наук. пр. – Вип. 257 : в 7 т. – Т. 1. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 285-292.
277. Яців І. Б. Методологічні аспекти оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / І. Б. Яців // Організаційно-економічний механізм підвищення соціально-економічної ефективності функціонування АПК Західного регіону України : колективна монографія / за заг. ред. П. С. Березівського. – Львів : Український бестселер, 2011. – С. 313-323.
278. Яців І. Б. Організація землекористування у малих формах господарювання Львівської області / І. Б. Яців // Екологічні, економічні та технологічні аспекти використання земельних ресурсів : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 19-21 вересня 2007 р. – Львів : Львів. держ. агроуніверситет, 2007. – С. 87-92.
279. Яців І. Б. Особливості визначення інтегрованого показника конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / І. Б. Яців // Економіка АПК. – 2010. – №5. – С. 91-97.
280. Яців І. Б. Особливості методики оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / І. Б. Яців // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. – Львів, 2008. – С. 516-520.
281. Яців І. Б. Оцінка інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств як індикатор перспектив їх розвитку / І. Б. Яців // Інноваційна економіка. – 2012. – №9. – с. 283-287.
282. Яців І. Б. Прийняття інноваційних рішень менеджментом сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – Вип. 2 (129) / наук. ред. І. Г. Манцуров. – К., 2012. – С. 81-85.
283. Яців І. Б. Про ефективність адаптації сільськогосподарських підприємств регіону до умов агробізнесу / І. Б. Яців, О. Б. Коваль // Еколого-економічні проблеми розвитку АПК : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 25-27 вересня 2002 р. – Т. 2. – Львів : Львів. держ. аграр. ун-т, 2002. – С. 363 - 370.

284. Яців І. Б. Регіональний ринок м'яса: ефективне функціонування і перспективи розвитку : монографія / І. Б. Яців, С. Ф. Яців. – Львів : [б.в.], 2008. – 185 с.
285. Яців І. Б. Розвиток фермерства в конкурентному середовищі / І. Б. Яців // Вісник Сумського національного аграрного університету : економіка та менеджмент. – 2010. – Вип. 6/2, 2010. – С. 74-79.
286. Яців І. Б. Руйнівні аспекти конкуренції та перспективи їх уникнення в аграрному секторі / І. Б. Яців // Наука й економіка : наук.-теорет. журнал Хмельницького економічного університету. – 2009. – Вип. 2 (14). – С. 282-287.
287. Яців І. Б. Система оплати праці як чинник конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / І. Б. Яців // Агросвіт. – 2013. – №3. – С. 10-14.
288. Яців І. Б. Удосконалення державного регулювання конкурентних відносин в аграрному секторі / І. Б. Яців // Збірник наукових праць. Економічні науки. – Вип. 9. – Чернівці : Книги-XXI, 2013. – С. 388-399.
289. Яців І. Б. Участь сільськогосподарських підприємств у міжнародній конкуренції [Електронний ресурс] / І. Б. Яців // Ефективна економіка – 2013. – № 2. – Режим доступу : <http://www.economy.наука.com.ua>.
290. Яців І. Б. Фінансовий стан сільськогосподарських підприємств регіону та перспективи його поліпшення / І. Б. Яців // Теорія і практика розвитку АПК : матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 19-20 вересня 2006 р. – Т. 1. – Львів : Львів. держ. агроуніверситет, 2006. – С. 410-416.
291. Яців І. Б. Фінансування розширеного відтворення в сільськогосподарських підприємствах / І. Б. Яців // Розвиток фінансово-кредитної системи України в умовах ринкових трансформацій : зб. матеріалів Першої всеукр. наук.-практ. конф., 26-27 лютого 2003 р. – Вінниця : Універсум Ландо ЛТД, 2003. – С. 199-201.
292. Яців І. Б. Форми інвестування сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Формування конкурентоздатності підприємств АПК : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – С. 157-160.
293. Яців І. Б. Якість продовольчих товарів як чинник розвитку вітчизняного тваринництва / І. Б. Яців // Стратегія економічного розвитку харчової промисловості та забезпечення продовольчої безпе-

- ки країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 29-31 жовтня 2012 р. – Одеса : Фенікс, 2012. – С. 132-134.
294. Яців І. Б. Якість сільськогосподарської продукції як чинник її конкурентоспроможності / І. Б. Яців // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького : економічні науки. – Т. 14, №4 (54). – Львів : [б. в.], 2012. – С. 588-593.
295. Brandenburger A. Co-operation: A Revolution Mindset That Combines Competition and Cooperation : The Game Theory Strategy That's Changing the Game of Business / A. Brandenburger, B. Nalebuff. – New York : Doubleday Currency, 1996. – 290 p.
296. Certo S. C. Modern management: quality, ethics and the global environment / Samuel C. Certo. - 5th ed. – Boston : Allyn and Bacon, 1992. – 726 p.
297. Federico G. Feeding the World: An Economic History of World Agriculture, 1800-2000 / Giovanni Federico. – Princeton : Un. Press, 2005. – 338 p.
298. Welcome to the European Network of Regional Culinary Heritage [Electronic resource]. – Made of access : <http://www.culinary-heritage.com/index.asp?sprakid=5>.
299. Yatsiv I. The Future Development of Agriculture in the Western Ukraine: Ukraine Joining the WTO and European Integration / I. Yatsiv // Transformation processes in the Western Ukraine : concepts for a sustainable land use / [Mechthild Roth, Ralph Nobis, Valentin Stetsiuk, Ivan Kruhlov (Eds)]. – Berlin : Weißensee Verl. , 2008. – P. 499-508.

ДОДАТКИ

Додаток А

Динаміка обсягів виробництва основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами України, тис. т

Продукція	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до, +/- п.		
							2000 р.	2005 р.	2010 р.
Зерно	19964,2	28790,4	42094,2	35841,9	29779,3	44219,3	221,5	153,6	148,5
Цукрові буряки	28884,1	11594,1	12145,4	11795,5	9151,6	12663,4	147,9	141,2	135,4
Ріпак	131,1	279,5	2784,2	1827,1	1394,5	1389,0	в 10,59 раз	в 4,79 раз	99,6
Соняшник	3025,7	3709,9	5289,3	5177,4	5585,6	7288,6	240,9	196,4	130,5
Соя	64,0	571,5	777,2	1007,9	1611,5	2152,2	в 33,63 раз	в 3,77 раз	133,6
Льон-довгунець (волокно)	8,2	12,7	3,0	1,2	0,4	0,8	9,8	6,3	200,0
Картопля	276,7	239,7	436,8	517,6	482,5	751,8	271,7	в 3,14 раз	155,8
Овочі	986,3	780,7	1108,6	1120,1	964,6	1540,5	171,9	197,3	159,7
Плоди і ягоди	264,1	200,1	231,7	214,8	286,8	299,8	113,5	149,5	104,5
Виноград	359,7	257,8	281,9	310,1	259,8	337,0	93,7	130,7	129,7
Кормові коренеплоди	1458,1	433,5	163,3	99,5	72,8	72,4	5,0	16,7	99,5
Кукурудза на силос і зелений корм	23880,2	11670,2	8706,8	8272,4	7054,8	9533,7	39,9	81,7	135,1
Вирощування худоби і птиці в живій вазі, всього	556,4	926,3	1362,7	1504,4	1638,5	1719,8	в 3,09 раз	185,7	105,0
у т.ч. велика рогата худоба	371,0	258,1	199,3	191,1	174,6	170,4	45,9	66,0	97,6
свині	117,6	198,8	301,1	344,9	411,8	451,7	в 3,84 раз	227,2	109,7
птиця всіх видів	58,7	462,9	856,32	966,2	1047,2	1092,4	у 18,61 раз	236,0	104,3
Молоко	3668,7	2582,5	2089,9	2263,0	2216,6	2245,9	61,2	87,0	101,3
Яйця	2977,3	6458,1	8470,4	9258,2	10249,6	11738,2	в 3,94 раз	181,8	114,5

* Розраховано за джерелами [175; 202].

Додаток Б

Показники рівня конкуренції, визначені на основі розподілу ринку між конкурентами*

Показник	Формула розрахунку	Економічний зміст
1	2	3
<p>Часткові коефіцієнти концентрації виробництва в галузі (<i>Concentration ratio</i> – <i>CR</i>)</p>	$CR_n = \frac{OP_1 + OP_2 + \dots + OP_n}{OP}$ <p>де $OP_1, OP_2 \dots OP_n$ – частка продажу (виробництва) продукції відповідно першим, другим ... n-м найбільшими підприємствами, представленими на ринку; OP – загальний обсяг продажу (виробництва) продукції на досліджуваному ринку.</p>	<p>Коефіцієнт є відносною часткою кількох найбільших підприємств, представлених на досліджуваному сегменті ринку. Чим він більший, тим вища концентрація ринку, а отже, вищий рівень його монополізації.</p> <p>У США і Франції розраховують коефіцієнти для 4, 8, 20, 50 і 100 провідних компаній, представлених на ринку, в Німеччині, Великобританії й Канаді – для 3, 6, 10 таких компаній. Розрахований для чотирьох найбільших підприємств такий показник називається чотиричастковим коефіцієнтом концентрації (CR_4). Якщо $CR_4 > 75$, рівень концентрації вважають високим, якщо $50 < CR_4 < 75$ – помірним, якщо $CR_4 < 50$ – низьким.</p> <p>Основним недоліком критерію вважається нечутливість до розподілу ринку між провідним підприємствами.</p>
<p>Індекс Херфіндаля-Хіршмана (<i>Herfindahl-Hirschman index</i>)</p>	$HHI = \sum_{i=1}^n a_i^2$ <p>де a_i – частка ринку i-го підприємства, %; n – загальна кількість підприємств, які функціонують на ринку або враховуються в дослідженні (найчастіше враховують діяльність 50 найбільших підприємств, представлених на ринку).</p>	<p>Індекс враховує розподіл ринку між суб'єктами господарювання, зокрема найбільшими, оскільки за достатньо великої n частки невеликих підприємств на загальному рівні показника позначаються неістотно.</p> <p>Вище значення HHI вказує на вищий рівень монополізації ринку. Вважається, що $HHI < 1000$ свідчить про низький рівень монополізації ринку, $1000 < HHI < 1800$ характеризує помірно концентрований ринок, якщо $HHI > 1800$ – ринки висококонцентровані.</p> <p>З 1982 року індекс став основним орієнтиром антимонопольної політики у США, застосовуючись для оцінки допустимості різного роду об'єднань і поглинань.</p>

1	2	3
Індекс Розенблота (I_r)	$I_r = \frac{1}{2\sum(i \cdot a_i) - 1},$ <p>де a_i – частка i-го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції певного виду; $i=1 \dots n$ – порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжування від найбільшого до найменшого; n – кількість підприємств.</p>	<p>Індекс враховує не тільки ринкові частки підприємств, а й їх зміну зі зміною рангу підприємств.</p> <p>Вищий рівень коефіцієнта вказує на підвищення рівня монополізації ринку, яка сягає 1 у разі чистої монополії.</p>
Показник ентропії (e)	$e = \sum a_i \cdot \ln a_i.$ <p>де a_i – частка i-го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції певного виду; $i=1 \dots n$ – порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжування від найбільшого до найменшого; n – кількість підприємств.</p>	<p>Відіграє ту саму роль, що й індекс Розенблота, але для оцінювання розподілу ринкових часток вони зважуються не на основі рангів, а за допомогою натуральних логарифмів.</p> <p>Коефіцієнт ентропії є зворотним показником ринкової концентрації: чим вище його значення, тим нижча концентрація продавців на ринку, а отже, тим нижчий рівень його монополізації.</p>
Коефіцієнт Джині (G)	$G = \frac{1}{n} \cdot \sum (i-1) \cdot A_i - i \cdot A_i ,$ <p>де A_i – кумулятивне значення часток i найбільших підприємств, представлених на ринку; $i = 1 \dots n$, де n – кількість підприємств.</p>	<p>Коефіцієнт є кількісною характеристикою розподілу ринку, здійсненого з допомогою кривої Лоренца. Чим вище значення коефіцієнта Джині, тим нерівномірніше розподілений ринок між учасниками, а отже, тим вищий рівень його монополізації.</p>

1	2	3
<p>Індекс Лінда (IL)</p>	$IL = \frac{1}{k(k-1)} \cdot \sum_{i=1}^k Q_i,$ <p>де k – кількість значущих, тобто, взятих до уваги найбільших підприємств (від 2 до n) i – порядковий номер підприємства; Q_i – співвідношення між середніми частками ринку i та $k-i$ суб'єктів господарювання. $Q_i = \frac{A_i}{i} \cdot \frac{A_k - A_i}{k-i},$ де A_i – загальна частка ринку, що припадає на i-го суб'єкта господарювання; A_k – частка ринку, що припадає на k суб'єкта.</p>	<p>Індекс запропонований співробітником Комісії ЄС у Брюсселі Ремо Лінда й широко використовується в країнах ЄС. Розраховується лише для кількох найбільших підприємств, а отже, не враховує ситуації на “окраїні” ринку. Однак враховує відмінності в “ядрі” ринку. Чим більше значення індексу, тим вищий рівень монополізації ринку.</p>
<p>Інтенсивність конкуренції, обчислена на основі варіації ринкових часток (U)</p>	$U = 1 - \frac{\sigma(a)}{\bar{a}} = 1 - \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (a_i - \bar{a})^2}}{\bar{a}} =$ $= 1 - \sqrt{n \sum (a_i - \frac{1}{n})^2},$ <p>де a_i – частка i-го підприємства; \bar{a} – середня частка ринку для одного підприємства (у цьому випадку $\bar{a} = \frac{1}{n}$, де n – кількість підприємств)</p>	<p>Оскільки $\sigma(a)$ – середньоквадратичне відхилення ринкових часток підприємств, $\frac{\sigma(a)}{\bar{a}}$ – коефіцієнт їх варіації. Чим більша варіація ринкових часток, тим нерівномірніше розподілений ринок між конкурентами, а отже, тим вищий рівень його монополізації. Тому, чим більший рівень монополізації ринку, тим меншим є значення виразу $1 - \frac{\sigma(a)}{\bar{a}}$, тобто рівень ринкової конкуренції.</p>

*Опрацьовано за джерелами [3; 179; 186; 201].

Додаток В

Показник інтенсивності конкуренції*

Показник інтенсивності конкуренції на ринку U' , розрахований на основі темпів росту ринку, визначається за формулою:

$$U' = \begin{cases} 0, & T \geq 140\% \\ (140 - T) / 70, & 70\% < T < 140\% \\ 1, & T \leq 70 \end{cases}$$

де T – річний індекс обсягу продажу на досліджуваному товарному ринку (показник темпу росту ринку).

Методика розрахунку базується на спірному припущенні, що практичні річні індекси обсягів реалізації на певному ринку рідко виходять за межі 70...140%.

Якщо все ж індекс обсягу продажу становив менше 70% від показника попереднього року, коефіцієнт інтенсивності конкуренції сягає максимального значення 1. Якщо річний індекс обсягу продажу перевищив 140%, вважається, конкуренція на такому ринку відсутня ($U'=0$).

* Опрацьовано за джерелами [3; 179; 186].

Додаток Д

Алгоритм визначення оцінки конкурентоспроможності підприємства методом рангів*

Застосування методу ґрунтується на визначенні місця підприємств-конкурентів за кожною характеристикою окремо ранжуванням значень показників цих характеристик. Підсумовування місць (рангів) окремих підприємств за всіма показниками дає змогу виявити найбільш конкурентоспроможне підприємство за критерієм мінімуму суми рангів (якщо найкращий стан показника оцінки визначається як мінімальний ранг).

Ранжування свинокомплексів за сукупністю характеристик

Підприємство	Рангований показник			Ранг показника			Сума рангів показників	Ранг підприємства
	концентрація поголів'я, голів	середньодобовий приріст свиней, г	рентабельність активів, %	концентрація поголів'я, голів	середньодобовий приріст свиней, г	рентабельність активів, %		
1	12300	445	3,7	3	2	1	6	2
2	15000	403	2,9	2	3	3	8	3
3	9900	389	1,4	4	4	4	12	4
4	19400	527	3,5	1	1	2	4	1

У наведеному прикладі серед чотирьох свинокомплексів, що функціонують в регіоні, найвищий ранг отримало підприємство №4.

* Сформульовано за джерелами [57,с.121; 103, с. 41].

Додаток Е

Таблиця Е1

Розрахунок інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Горохівського району Волинської області, 2008 р.

Підприємство	Відносний показник собівартості продукції, Кс	Відносний показник зносу основних засобів, Кз	Відносний показник оплати праці, Коп	Відносний показник загального коефіцієнта ліквідності, Кзл	Відносний показник коефіцієнта фінансової автономії, Кфа	Відносний показник рентабельності активів, Кра
Агропродукт-Горохів	0	0,672	0,570	0,263	0,611	0,289
Відродження	0,646	0,537	0,526	0,050*	0,099*	- 0,006*
Волинь Нова	0,793	0,548	0,514	0,251	0,827	0,511
Горохів-насіння	0,568	0,482	0,622	0,408	0,569	0,143
Еліта	0,086	0,510	0,717	0,168	0,876	- 0,568*
СВК Журавники	0,656	0,437	0,554	0,133	0,790	- 0,158*
ім. Івана Франка	0,884	1,00	0,834	1,00	0,956	1,00
Колос	0,674	0,469	0,548	0,206	0,816	0,204
ПОСП "Мрія"	0,863	0,607	0,535	0,386	1,00	0,012
ПОСП "Озірці"	0,796	0,701	0,479	0,065*	0,393*	0,079
ПОСП "Райдуга"	0,607	0,664	0,583	0,575	0,958	0,170
ПОСП "Русь"	0,609	0,470	0,469	0,506	0,431*	0,097
ПОСП "Скобелка"	0,757	0,506	0,491	0,099	0,210*	0,024
ПОСП "Україна"	0,647	0,541	0,607	0,066*	0,318*	0,152
ПОСП ім. Шевченка	0,544	0,729	1,00	0,310	0,644	0,316

* У зв'язку з тим, що відповідні коефіцієнти фінансового стану менші за критичні значення, їх відносні значення для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності приймаються за 0.

Розрахунок інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Горохівського району Волинської області, 2008 р.

Підприємство	Груповий показник ефективності виробничої діяльності, ЕВ	Груповий показник фінансового стану, Фс	Груповий показник ефективності комерційної діяльності, ЕК	Темп зростання власного капіталу протягом року, %	Інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності
Агропродукт-Горохів	0,470	0,463	0,882	117,5	0,550
Відродження	0,561	0	0,787	41,5	0,382
Волинь Нова	0,598	0,651	0,783	121,1	0,656
Горохів-насіння	0,550	0,412	0,863	108,9	0,557
Еліта	0,472	0,504	0,516	107,6	0,494
СВК Журавники	0,530	0,452	0,660	93,2	0,525
ім. Івана Франка	0,916	0,976	0,978	146,7	0,952
Колос	0,546	0,541	0,753	107,8	0,585
ПОСП "Мрія"	0,647	0,604	0,640	77,4	0,628
ПОСП "Озірці"	0,651	0,025	0,794	90,8	0,429
ПОСП "Райдуга"	0,623	0,656	0,883	106,6	0,688
ПОСП "Русь"	0,504	0,097	0,788	108,5	0,398
ПОСП "Скобелка"	0,564	0,021	0,629	24,4	0,360
ПОСП "Україна"	0,589	0,049	0,658	85,3	0,387
ПОСП ім. Шевченка	0,772	0,496	0,918	119,8	0,691

Таблиця Е3

**Результати регресійного аналізу залежності темпу зростання
власного капіталу сільськогосподарських підприємств
Горохівського району від чинників ефективності їх діяльності**

Чинник	Коефіцієнт регресії	Коефіцієнт парної кореляції, $r(x_i; y)$	β_i - коефіцієнт
Відносний показник собівартості (x_1)	- 24,8994	- 0,19	- 0,2021
Відносний показник зносу основних засобів (x_2)	73,27966	0,46	0,3434
Відносний показник оплати праці (x_3)	57,95023	0,50	0,2711

Таблиця Е4

**Результати регресійного аналізу залежності темпу зростання
власного капіталу сільськогосподарських підприємств
Горохівського району від чинників їх фінансового стану**

Чинник	Коефіцієнт регресії	Коефіцієнт парної кореляції, $r(x_i; y)$	β_i - коефіцієнт
Відносний показник загального коефіцієнта ліквідності (x_1)	- 24,8994	- 0,19	- 0,2021
Відносний показник коефіцієнта фінансової автономії (x_2)	73,27966	0,46	0,3434
Відносний показник рентабельності активів (x_3)	57,95023	0,50	0,2711

Додаток Ж

Залежність між рівнем економічного розвитку регіонів України й темпами зростання виробництва сільськогосподарської продукції в сільськогосподарських підприємствах*

Показник	Група регіонів за середнім валовим регіональним продуктом на одну особу у 2001-2006 роках, грн				В Україні
	I група до 4300	II група 4301 – 4900	III група 4901 – 6550	IV група більше 6550	
Кількість регіонів у групі	6	7	6	6**	25
Середньорічний обсяг валового регіонального продукту на одну особу, грн	4019	4663	5336	9814	6788
Обсяг виробництва у 2006 р. до 2001 р., %: валової продукції сільськогосподарства	96,0	119,5	105,9	127,0	116,1
валової продукції рослинництва	99,8	119,3	88,9	105,6	104,1
валової продукції тваринництва	86,7	120,2	169,5	169,2	143,7

* Розраховано за джерелом [183] і даними Головних управлінь статистики в регіонах України (інформація із сайтів).

** У четвертій групі – Київський регіон, який охоплює Київську область і м. Київ.

Додаток 3

Урожайність основних культур у сільськогосподарських підприємствах з різним рівнем концентрації виробництва*

Рік	Група підприємств за зібраною площею				Четверта група до першої, %
	I група до 50 га	II група 50,1 – 100 га	III група 100,1 – 1000 га	IV група більше 1000 га	
Зернові					
2005	16,7	17,8	22,4	30,0	179,6
2006	16,2	16,8	20,5	27,1	167,3
2007	11,8	13,3	18,3	26,4	223,7
2008	22,5	24,7	37,5	39,3	174,7
2009	18,0	20,0	25,8	34,3	190,6
2010	16,2	17,7	23,3	31,5	194,4
2011	22,0	25,5	32,8	43,8	199,1
Соняшник					
2005	9,1	10,3	13,3	15,2	167,0
2006	9,4	11,3	13,9	15,4	163,8
2007	8,3	10,5	13,3	13,9	167,5
2008	10,8	13,3	16,0	17,3	160,2
2009
2010	10,9	13,2	15,8	16,2	148,6
2011	12,7	16,5	19,3	20,5	161,4
Цукрові буряки					
2005	188,6	199,3	268,2	345,7	183,3
2006	222,9	241,7	303,5	353,7	158,7
2007	231,9	244,0	281,8	349,6	150,8
2008	257,0	277,3	370,9	384,6	149,6
2009	243,9	263,5	303,9	343,6	140,9
2010	228,8	242,2	275,8	292,7	127,9
2011	273,9	309,2	363,6	393,3	143,6

* Розраховано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки.

Додаток И

Таблиця И1

Фермерські господарства в системі аграрного виробництва України*

Показник	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
Кількість, од.	42445	42446	41906	41524	40965	- 1480
Частка використовуваних с.-г. угідь, %	9,9	11,8	11,8	11,8	11,9	2,0
Частка обсягу виробництва валової продукції с.г., %	4,6	7,0	6,1	6,1	6,9	2,3
в т.ч. рослинництва	6,7	9,7	8,6	8,7	9,2	2,5
тваринництва	0,7	1,5	1,5	1,6	1,7	1,0
Частка обсягу виробництва, %:						
зерна	10,7	12,9	12,1	12,0	11,9	1,2
цукрових буряків	8,9	6,1	4,5	8,4	7,2	- 1,7
соняшнику	15,6	18,1	17,9	17,8	19,0	3,4
ріпаку	12,1	16,9	13,6	15,0	16,0	3,9
овочів	2,1	3,5	2,7	2,6	3,9	1,8
м'яса (в забійній вазі)	0,9	2,4	2,1	2,3	2,6	1,7
молока	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	0,4

* Розраховано за даними статистичних збірників "Сільське господарство України" за відповідні роки.

Таблиця И2

Розподіл фермерських господарств за розміром сільськогосподарських угідь*

Господарства з площею сільськогосподарських угідь		2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2004 р., +/-
до 10 га	одиниць	10586	10414	10298	10078	9478	9432	9233	8859	- 1727
	частка угідь у їх користуванні, %	1,6	1,5	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	- 0,5
10,1 – 50 га	одиниць	20742	19751	19051	18651	18130	17843	17534	17149	- 3593
	частка угідь у їх користуванні, %	19,7	17,4	15,5	14,3	13,5	13,3	13,1	12,7	- 7,0
50,1 – 100 га	одиниць	3808	3851	3447	4038	4072	3984	4074	4090	282
	частка угідь у їх користуванні, %	7,7	7,4	7,0	6,8	6,7	6,5	6,8	6,7	- 1,0
100,1 – 500 га	одиниць	3852	4119	4514	4735	4778	4709	4542	4700	848
	частка угідь у їх користуванні, %	25,0	25,3	25,8	25,7	25,1	25,1	24,3	25,0	0,0
500,1 – 1000 га	одиниць	674	775	858	959	1046	1038	1013	997	323
	частка угідь у їх користуванні, %	13,8	15,0	15,1	15,9	16,9	16,8	16,5	16,1	2,3
1000,1 – 3000 га	одиниць	500	544	635	665	690	690	712	717	217
	частка угідь у їх користуванні, %	22,7	23,1	24,9	25,1	25,1	25,2	25,9	26,0	3,3
Понад 3000 га	одиниць	77	88	92	101	108	111	112	112	35
	частка угідь у їх користуванні, %	9,5	10,4	10,4	11,0	11,7	12,0	12,3	12,4	2,9
Не мали угідь		2294	2903	3755	4183	4144	4099	4304	4341	2047

* Розраховано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки.

**Частка фермерських господарств України серед
сільськогосподарських підприємств з різною площею
сільськогосподарських угідь, %***

Підприємства з площею угідь	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., +/-
до 5 га	96,7	94,0	95,6	94,4	91,7	- 5,0
5,1 – 10 га	97,0	91,9	94,0	93,5	92,6	- 4,4
10,1 – 50 га	95,9	94,0	93,8	94,1	93,0	- 2,9
50,1 – 100 га	84,0	83,2	84,2	84,3	83,6	- 0,4
100,1 – 500 га	56,1	63,1	63,8	63,3	65,3	9,2
500,1 – 1000 га	24,1	36,8	37,5	38,0	38,4	14,3
1000,1 – 3000 га	10,6	16,3	16,7	17,8	18,6	8,0
понад 3000 га	5,4	6,6	6,7	6,7	6,7	1,3
Не мали угідь	62,7	49,3	54,5	56,1	55,1	- 7,6

* Розраховано за даними статистичних збірників “Сільське господарство України” за відповідні роки.

Додаток К

Інвестиції в основний капітал в основні сфери економіки, у фактичних цінах, млн грн *

Сфера економіка	2001 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до	
								2001 р., разів	2008 р., %
Всього	32573	125254	188486	233081	151777	171092	238175	7,31	102,2
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	1617	7309	9519	16890	9382	12231	18183	11,24	107,7
У т.ч. сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	1552	7190	9338	16681	9295	12106	17981	11,59	107,8
Промисловість	13651	44804	64341	76618	57658	58558	86313	6,32	112,7
Будівництво	1109	6300	9107	12469	5325	4966	8541	7,70	68,5
Діяльність транспорту і зв'язку	7452	20329	31709	32558	24555	29084	39375	5,28	120,9

* Розраховано за джерелом [184].

Додаток Л

Коефіцієнти фінансової автономії підприємств в окремих галузях економіки України, на кінець року^{*}

Галузь	2000 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до, +/-	
						2000 р.	2008 р.
Усього в народному господарстві ^{**}	0,527	0,349	0,345	0,348	0,339	- 0,188	- 0,010
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	0,717	0,472	0,483	0,529	0,534	- 0,183	0,062
Промисловість	0,503	0,403	0,374	0,347	0,329	- 0,174	- 0,074
Будівництво	0,561	0,170	0,192	0,174	0,144	- 0,417	- 0,026
Діяльність транспорту і зв'язку	0,583	0,542	0,554	0,548	0,526	- 0,057	- 0,016

^{*} Розраховано за даними [190].

^{**} Крім банків і бюджетних установ.

Додаток М

Таблиця М1

Залежність рівня оплати праці в галузі рослинництва у сільськогосподарських підприємствах України від економічної ефективності виробництва продукції рослинництва у 2011 р.*

Показник	Група регіонів за рівнем рентабельності продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах, %				В Україні
	I група менше 20,0	II група 20,0 – 30,0	III група 30,1-40,0	IV група 40,1 і більше	
Кількість регіонів у групі	5	7	7	7	26**
Середній рівень рентабельності продукції рослинництва, %	14,3	25,6	35,2	45,7	32,3
Оплата праці середньо-облікового працівника, зайнятого в галузі рослинництва, грн	14407	15095	21424	16528	17864
Частка витрат на оплату праці у витратах на виробництво продукції рослинництва, %	6,6	8,3	10,0	8,2	8,8
Обсяг витрат на оплату праці в галузі рослинництва з розрахунку на 1 га ріллі, грн	271	343	421	279	357

* Розраховано за джерелом [133].

** Включаючи м. Київ.

Таблиця М2

Залежність рівня оплати праці в галузі тваринництва у сільськогосподарських підприємствах України від економічної ефективності виробництва продукції тваринництва у 2011 р.*

Показник	Група регіонів за рівнем рентабельності продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах, %				В Україні
	I група менше 0	II група 0,0 – 6,0	III група 6,1 – 12,0	IV група 12,1 і більше	
Кількість регіонів у групі	8	7	5	6	26**
Середній рівень рентабельності продукції тваринництва, %	- 5,3	3,3	7,9	33,5	13,0
Оплата праці середньо-облікового працівника, зайнятого в галузі тваринництва, грн	15234	17259	16953	19381	17406
Частка витрат на оплату праці у витратах на виробництво продукції тваринництва, %	13,4	10,5	9,1	8,4	9,7

* Розраховано за джерелом [133].

** Включаючи м. Київ.

Додаток Н

Залежність рівня плати за оренду земельних паїв у сільськогосподарських підприємствах Жовківського та Сокальського районів Львівській області від окремих результатів їх функціонування, 2011 р.*

Показник	Група підприємств за розміром орендної плати до грошової оцінки угідь, %			Разом та в середньому в сукупності
	I група 2,0 і менше	II група 2,1 – 3,0	III група 3,1 і більше	
Кількість підприємств у групі	8	12	8	28
Середній розмір орендної плати до грошової оцінки угідь, %	0,9	2,4	3,4	2,3
Рівень рентабельності сільськогосподарської продукції та послуг, %	2,5	12,2	13,9	11,2
Середня площа використовуваних с.-г. угідь, га	499	934	672	735
Зміна площі орендованих с.-г. угідь до 2010 р., %	72,2	89,8	81,6	84,7
Частка орендної плати у витратах на основне виробництво, %	4,5	5,8	5,3	5,5

* Розраховано за даними форм №50-сг досліджуваних підприємств та Головного управління Держкомзему у Львівській області.

Додаток II

Розподіл діючих сільськогосподарських підприємств України за розміром сільськогосподарських угідь, станом на 1 липня*

Група підприємств за розміром сільськогосподарських угідь	Кількість				Площа с.-г. угідь, тис. га				2011 р. до 2006 р., %	
	2006 р.	до загальної, %	2011 р.	до загальної, %	2006 р.	до загальної, %	2011 р.	до загальної, %	кількість п-ств	площа с.-г. угідь
Підприємства, що мали сільськогосподарські угідь	52077	90,0	48256	86,0	20784,0	100,0	21570,6	100,0	92,7	103,8
у тому числі з площею, га										
до 5,0	6267	10,8	5639	10,1	20,2	0,1	17,8	0,1	90,0	88,1
5,1 – 10,0	4303	7,4	3983	7,1	34,1	0,2	31,4	0,1	92,6	92,1
10,1 – 20,0	5211	9,0	4897	8,7	80,8	0,4	75,6	0,4	94,0	93,6
20,1 – 50,0	14830	25,6	13535	24,2	564,8	2,7	512,2	2,5	91,3	90,6
50,1 – 100,0	4617	8,0	4895	8,7	327,8	1,6	350,0	1,6	106,0	106,8
100,1 – 500,0	7556	13,1	7195	12,8	1849,0	8,9	1757,4	8,1	95,2	95,0
500,1 – 1000,0	2986	5,2	2595	4,6	2156,8	10,4	1870,4	8,7	86,9	86,7
1000,1 – 2000,0	3253	5,6	2546	4,5	4651,4	22,4	3664,8	16,9	78,3	78,8
2000,1 – 3000,0	1482	2,6	1304	2,3	3610,8	17,3	3188,8	14,8	88,0	88,3
3000,1 – 4000,0	755	1,3	640	1,2	2616,6	12,6	2206,3	10,2	84,8	84,3
4000,1 – 5000,0	362	0,6	355	0,6	1619,5	7,8	1577,9	7,3	98,0	97,4
5000,1 – 7000,0	300	0,5	342	0,6	1724,2	8,3	1975,2	9,2	114,0	114,6
7000,1 – 10000,0	103	0,2	175	0,3	847,1	4,0	1456,0	6,7	169,9	171,9
понад 10000,0	52	0,1	152	0,3	680,9	3,3	2886,8	13,4	292,3	в 4,24 раза

* Розраховано за даними статистичних збірників "Сільське господарство України" за відповідні роки.

Додаток Р

Рівень рентабельності основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах України, %^{*}

Продукція	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зернові та зернобобові	3,1	7,4	28,7	16,4	7,3	13,9	26,1
Насіння соняшнику	24,3	20,7	75,9	18,4	41,4	64,7	57,0
Ріпак	50,4 ^{**}	46,4	38,0	91,6	23,8	26,6	32,1
Цукрові буряки	4,8	11,1	- 11,1	7,12	37,0	16,7	36,5
Овочі відкритого ґрунту	16,1	14,8	14,1	11,1	19,1	23,5	9,9
Картопля	17,8	56,2	24,7	7,9	12,9	62,1	17,7
Плоди	12,7	33,5	8,5	13,9	16,2	14,9	17,9
Виноград	31,7	39,6	33,2	58,8	92,1	91,6	57,1
Молоко ^{***}	33,1	18,5	38,5	30,1	15,7	35,7	20,8
Велика рогата худоба на м'ясо ^{***}	- 10,7	- 26,5	- 23,8	- 4,2	- 26,3	- 29,8	- 21,8
Свині на м'ясо ^{***}	35,4	9,2	- 8,5	23,8	16,2	- 3,8	- 1,2
Птиця на м'ясо ^{***}	52,9	27,8	42,1	58,6	15,4	40,6	34,2
Яйця	23,5	- 6,8	9,1	13,0	13,1	18,6	38,8

^{*} Розраховано за даними статистичних бюлетенів “Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах” за відповідні роки.

^{**} Ріпак озимий.

^{***} З урахуванням дотацій.

Додаток С

Розрахунок коефіцієнтів еластичності попиту на м'ясо за доходом в Україні, 2011 р.*

Децильна група домогосподарств за середньодушовими загальними доходами	Споживання придбаних м'ясопродуктів на одну особу на місяць, грн	Грошові доходи на одну особу на місяць, грн	Загальні доходи на одну особу на місяць, грн	Коефіцієнт еластичності попиту, розрахований на основі		Середня ціна 1 кг придбаних м'ясопродуктів, грн
				грошових доходів	загальних доходів	
Перша	2,4	744,73	840,71	х	х	35,23
Друга	3,1	993,72	1101,83	0,89	0,95	36,88
Третя	3,3	1118,50	1239,35	0,53	0,53	36,65
Четверта	3,4	1241,81	1371,12	0,29	0,30	37,19
П'ята	3,9	1369,64	1508,41	1,29	1,31	38,54
Шоста	3,9	1531,06	1667,46	0,14	0,16	38,89
Сьома	4,3	1710,08	1856,72	0,74	0,87	39,84
Восьма	4,6	2005,96	2110,82	0,44	0,53	42,01
Дев'ята	5,5	2350,32	2486,14	1,13	1,09	42,00
Десята	6,3	3892,24	4020,82	0,28	0,25	45,17
У сукупності	4,0	1207,11	1636,40	0,64	0,67	39,73

* Розраховано за даними джерела [25].

Додаток Т

Частка спожитих продуктів харчування, вироблених в особистих підсобних господарствах, %^{*}

Продукція	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
М'ясо та м'ясо-продукти (в перерахунку на м'ясо)	12,0	11,6	11,6	10,6	9,4	9,8	10,2	11,0
Молоко, молоко-продукти та масло (в перерахунку на молоко)	18,8	16,3	15,7	14,1	13,5	14,4	15,2	14,2
Яйця	27,4	25,8	26,5	24,7	24,6	24,5	24,7	24,7
Хлібопродукти	2,3	2,3	2,3	2,0	1,9	1,0	0,9	0,7
Картопля	58,2	55,2	54,9	52,1	51,5	50,0	48,5	44,6
Овочі і баштанні	37,0	28,9	27,0	30,7	29,7	24,3	23,9	22,3
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	23,1	17,0	13,0	11,4	10,5	10,6	11,5	11,2

^{*} Розраховано за даними статистичних збірників "Витрати і ресурси домогосподарств України" за відповідні роки.

Додаток У

Зовнішньоекономічні операції у формуванні балансів основних видів агропродовольчої продукції в Україні

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
1	2	3	4	5	6	7	8
М'ясо та м'ясні продукти							
Імпорт, тис. т	325	278	245	550	439	378	244
у т.ч. яловичини і телятини	41	35	20	38	14	25	23
свинини	102	81	73	249	225	193	153
м'яса птиці	180	155	147	262	196	157	65
Експорт, тис. т	82	29	45	28	40	48	79
у т.ч. яловичини і телятини	58	20	37	18	20	13	13
свинини	8	7	1	1	0	1	14
м'яса птиці	15	1	7	9	19	33	50
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	86,3	87,3	89,7	81,0	83,3	86,1	91,4
Імпорт до фонду споживання, %	17,6	14,1	11,5	23,5	19,2	15,9	10,4
Експорт до обсягу виробництва, %	5,1	1,7	2,4	1,5	2,1	2,3	3,7
Молоко та молочні продукти							
Імпорт, тис. т	112	150	199	234	455	273	257
Експорт, тис. т	1901	950	939	1140	919	956	964
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	115,3	107,9	105,8	107,6	106,4	106,4	106,7
Імпорт до фонду споживання, %	1,1	1,4	1,9	2,4	4,7	2,9	2,7
Експорт до обсягу виробництва, %	13,9	7,1	7,7	9,7	7,9	8,5	8,7
Яйця (включаючи яйцепродукти)							
Імпорт, тис. т	5	3	3	7	7	7	3
Експорт, тис. т	1	1	16	23	58	75	83
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	101,2	104,2	102,9	104,4	107,4	108,5	109,5
Імпорт до фонду споживання, %	0,8	0,4	0,4	1,0	1,0	0,9	0,4
Експорт до обсягу виробництва, %	0,1	0,1	2,0	2,7	6,3	7,6	7,7

Продовження дод. У

1	2	3	4	5	6	7	8
Зерно (включаючи продукти переробки в перерахунку на зерно)							
Імпорт, тис. т	226	235	343	222	136	175	273
Експорт, тис. т	12650	11168	4490	16668	26160	14239	14825
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	146,7	133,7	121,1	198,2	176,5	144,1	192,9
Імпорт до фонду споживання, %	2,9	3,2	4,8	3,2	2,0	3,4	5,4
Експорт до обсягу виробництва, %	33,3	32,6	15,3	31,3	56,8	36,3	26,1
Картопля							
Імпорт, тис. т	5	21	7	10	5	30	41
Експорт, тис. т	6	6	3	3	15	8	13
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	99,5	99,6	100,3	102,2	100,9	97,7	110,0
Імпорт до фонду споживання, %	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,5	0,6
Експорт до обсягу виробництва, %	0,03	0,03	0,02	0,02	0,08	0,04	0,05
Овочі та баштанні продовольчі культури							
Імпорт, тис. т	100	168	158	356	232	311	285
Експорт, тис. т	150	201	298	251	347	335	303
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	103,3	109,4	100,8	107,4	107,8	100,0	105,3
Імпорт до фонду споживання, %	1,8	2,8	2,9	6,0	3,7	4,7	3,8
Експорт до обсягу виробництва, %	2,0	2,3	4,1	3,0	3,9	3,8	2,9
Плоди, ягоди та виноград							
Імпорт, тис. т	860	1144	1254	1235	1139	1130	1163
Експорт, тис. т	305	290	370	252	284	353	239
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	89,2	65,9	68,7	72,2	74,2	73,7	74,0
Імпорт до фонду споживання, %	49,1	70,2	64,0	61,4	54,2	51,3	48,4
Експорт до обсягу виробництва, %	14,3	20,5	20,2	13,1	13,6	16,4	9,9

Продовження дод. У

1	2	3	4	5	6	7	8
Цукор							
Імпорт, тис. т	177	120	25	91	92	90	48
Експорт, тис. т	154	165	120	103	88	65	51
Рівень самозабезпеченості ^{***} , %	99,2	139,1	100,4	83,1	65,9	86,0	126,5
Імпорт до фонду споживання, %	9,9	6,5	1,3	4,8	5,3	5,3	2,7
Експорт до обсягу виробництва, %	7,2	6,4	6,4	6,6	6,9	3,6	2,0
Олія (включаючи основні оліємісткі продукти, в перерахунку на олію)							
Імпорт, тис. т	264	245	410	480	316	319	249
Експорт, тис. т	900	1678	2140	1590	2483	2850	2814
Рівень самозабезпеченості ^{**} , %	226,3	332,2	345,5	283,3	407,7	430,1	487,8
Імпорт до фонду споживання, %	41,6	38,3	61,7	69,2	44,4	46,9	39,8
Експорт до обсягу виробництва, %	62,6	79,0	93,3	80,8	85,7	91,9	86,1

* Розраховано за даними джерела [12].

** Виробництво до внутрішнього використання на території України.

*** Виробництво з цукру-сирцю бурякового до внутрішнього використання на території України.

Додаток Ф

Міністерство аграрної політики та продовольства України
Львівський національний аграрний університет
Кафедра статистики та аналізу

АНКЕТА

для проведення соціологічного опитування населення стосовно порівняльної оцінки продовольчих товарів вітчизняного і зарубіжного виробництва

Для нас важливо, щоб Ваші відповіді були обдуманими і правдивими.

Просимо надати відповіді того члена сім'ї, який найбільшою мірою приймає рішення про характер покупок продовольчих товарів.

1. Присутність яких видів продовольчих товарів зарубіжного виробництва Ви оцінюєте як помітну на вітчизняному ринку (відзначте відповідні позиції)

- м'ясних овочів макаронів, круп
 молочних фруктів не помічаю жодного виду
 інших (впишіть) _____

2. Наскільки часто Ви здійснюєте покупку продовольчих товарів зарубіжного виробництва?

- | | | | |
|-----------------|---------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------|
| м'ясних | <input type="checkbox"/> доволі часто | <input type="checkbox"/> зрідка | <input type="checkbox"/> практично ніколи |
| молочних | <input type="checkbox"/> доволі часто | <input type="checkbox"/> зрідка | <input type="checkbox"/> практично ніколи |
| овочів | <input type="checkbox"/> доволі часто | <input type="checkbox"/> зрідка | <input type="checkbox"/> практично ніколи |
| фруктів | <input type="checkbox"/> доволі часто | <input type="checkbox"/> зрідка | <input type="checkbox"/> практично ніколи |
| макаронів, круп | <input type="checkbox"/> доволі часто | <input type="checkbox"/> зрідка | <input type="checkbox"/> практично ніколи |

3. З яких причин Ви зазвичай купуєте продовольчі товари зарубіжного виробництва (зазначте один чи кілька варіантів відповіді)?

Основна причина покупки	М'ясні продукти	Молочні продукти	Овочі	Фрукти	Макарони, крупи
Висока якість за доступної ціни					
Відносно низька ціна за задовільної якості					
Відсутність достатнього вибору продукції вітчизняного виробництва					
Звик(ла) до такого продукту					
Не звертаю уваги, продукцію яких виробників купую					
Принципово не купую продукції зарубіжного виробництва					

4. Оцініть якість вітчизняних і зарубіжних продовольчих товарів за 5-бальною шкалою (5 – відмінна якість, 1 – дуже низька якість). Якщо Ви практично не споживаєте товарів зарубіжного виробництва й не можете визначитися з їх якістю, проставте у відповідному місці прочерк (-).

Виробник	М'ясні продукти	Молочні продукти	Овочі	Фрукти	Макарони, крупи
Вітчизняний					
Зарубіжний					

5. Якою, вважаєте, буде Ваша реакція на ймовірне помітне збільшення у продажу продукції іноземного виробництва?
- купуватиму часто, якщо буде доступна ціна
 - вітчизняна продукція мене загалом задовольняє, до того ж, слід підтримувати своїх виробників
 - важко відповісти
6. Ваша сім'я проживає
- у міському населеному пункті
 - у сільському населеному пункті

Щиро вдячні за надані відповіді!

Додаток Х

Таблиця Х1

Виробництво основних видів сільськогосподарської продукції у підприємствах України з високим рівнем технологічної ефективності агровиробництва *

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	
Кількість підприємств з високим рівнем технологічної ефективності виробництва: **								
зерна	588	310	296	1543	1051	720	2895	
в т. ч. озимої пшениці	704	213	202	1803	986	308	1038	
соняшнику	409	574	673	1218	1284	1038	2768	
цукрових буряків	377	760	483	342	226	256	539	
молока	321	410	395	380	511	494	496	
яловичини	...	380	420	425	400	326	336	
свинини	...	336	388	397	324	319	365	
курячих яєць	122	130	125	110	109	110	96	
Зібрана площа, на якій досягнута висока технологічна ефективність ** виробництва								
зерна	тис. га	477,3	296,5	383,5	1614,1	1179,5	727,4	2737,0
	до загальної, %	4,3	2,7	3,7	13,6	10,0	6,8	24,1
в т. ч. озимої пшениці	тис. га	244,3	65,1	76,1	913,4	482,4	134,2	548,5
	до загальної, %	4,9	1,6	1,7	16,3	9,3	2,9	11,0
соняшнику	тис. га	92,8	143,2	145,8	342,5	372,3	269,1	834,0
	до загальної, %	3,2	4,7	5,6	10,2	11,3	7,4	21,8
цукрових буряків	тис. га	69,6	144,9	117,7	138,6	78,8	68,5	199,4
	до загальної, %	14,7	22,6	24,5	43,0	27,6	15,2	43,1

Таблиця Х2

Обсяг продукції, виробленої підприємствами за високого рівня технологічної ефективності**

Продукція		2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зерно	тис. т	2930,5	1726,0	2355,1	9759,5	7470,2	4509,4	18197,1
	до загальної, %	10,2	6,7	10,3	23,2	20,9	15,1	41,2
в т.ч. озима пшениця	тис. т	1397,1	362,8	10900,3	5360,9	28466,6	755,2	3160,9
	до загальної, %	9,6	3,5	3,8	25,6	17,4	5,9	18,5
Насіння соня- шнику	тис. т	263,7	410,5	430,4	1000,7	1126,8	805,3	2576,9
	до загальної, %	7,1	9,9	12,7	18,9	21,8	14,4	35,3
Цукрові буряки	тис. т	12145,4	6979,3	14763,9	6674,3	3665,6	3221,8	9536,6
	до загальної, %	28,1	36,7	39,8	56,6	40,1	25,5	55,6
Молоко	тис. т	507,6	556,0	563,4	539,4	841,0	870,1	924,1
	до загальної, %	19,7	23,9	27,2	26,6	38,8	40,3	42,5
Яловичина	тис. т	...	23,4	27,2	27,7	26,4	23,8	24,2
	до загальної, %	...	10,2	13,3	15,1	15,0	14,9	15,6
Свинина	тис. т	...	36,9	63,1	89,4	123,8	149,2	208,6
	до загальної, %	...	16,0	23,3	33,6	40,5	40,1	50,3
Яйця курячі	млн. штук	5441,3	6519,6	6424,2	6980,6	7963,2	8579,5	10168,5
	до загальної, %	84,9	86,1	85,4	83,8	87,6	84,9	87,9

* Розраховано за даними статистичних збірників "Сільське господарство України" за відповідні роки.

** За високий рівень технологічної ефективності виробництва прийнято: урожайність зернових – понад 50,0 ц/га, соняшнику – понад 25,0 ц/га, цукрових буряків – понад 400,0 ц/га, надій молока на одну корову – понад 5000 кг, середньодобовий приріст великої рогатої худоби – понад 700 г, середньодобовий приріст свиней – понад 500 г, продуктивність курей-несучок – понад 250 шт. яєць за рік.

Додаток Ц

Перспективні результати реалізації інвестиційних стратегій у СТЗОВ “Горуцьке”

Показник	Пшениця			Жито			Ячмінь		
	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора
Витрати на 1 га, грн	2500	3150	3850	2377	3100	3750	3293	4200	4400
у т.ч. оплата праці	76	300	340	108	290	340	180	300	340
мінеральні добрива	400	660	1000	256	580	900	200	600	720
насіння	648	600	650	413	450	600	867	800	800
Урожайність, ц/га	23,9	30,0	36,0	21,1	28,0	34,0	18,7	30,0	34,0
Посівна площа, га	202	202	180	39	39	37	15	15	15
Валовий збір, ц	4825	6060	6480	824	1092	1258	281	450	510
Обсяг реалізації, ц	2831	4000	5000	111	370	1100	1	170	200
Виручка, тис. грн	364,3	514,7	644,0	17,4	58,0	172,0	0,25	42,5	50,0

Продовження дод. Ц

Показник	Овес			Ріпак озимий			Картопля		
	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу кредитування	Залучення стратегічного інвестора
Витрати на 1 га, грн	3184	3400	3800	1884	3450	3600	12543	19000	21000
у т.ч. оплата праці	136	270	300	76	330	340	3745	4500	4000
мінеральні добрива	388	420	560	414	880	900	470	1180	1250
насіння	596	500	600	35	360	360	4745	9000	9000
Урожайність, ц/га	25,2	26,0	30,0	13,1	22,0	23,0	150,5	220,0	250,0
Посівна площа, га	25	25	25	49	49	60	30	30	30
Валовий збір, ц	631	650	750	641	1078	1380	4516	6900	7500
Обсяг реалізації, ц	38	57	480	581	1020	1320	1671	4000	6000
Виручка, тис. грн	5,7	8,6	72,0	184,6	324,0	420,0	245,8	588,0	880,0

Продовження дод. Ц

Показник	Фактично у 2011 р.	Збільшення обсягу креди- тування	Залучення стратегічного інвестора
Середньорічне поголів'я корів молочного стада, голів	72	72	100
Витрати на одну корову, грн	2978	3950	8200
у т.ч. корми	1665	2100	3200
оплата праці	644	970	2400
Надій молока на одну корову, кг	2049	2600	4000
Валовий надій молока, ц	1475	1872	4000
Обсяг реалізації молока, ц	1334	1650	3600
Виручка від продажу молока, тис. грн	350,7	434,0	948,6

Додаток III

Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами України за певними напрямками, 2011 р.*

Продукція	Частка продукції, реалізованої, %		Середня ціна реалізації, грн / т		
	на ринку, через власні мережі, ларки, палатки	за "іншими напрямками"***	за всіма напрямками	на ринку, через власні мережі, ларки, палатки	за "іншими напрямками"***
Зерно	4,9	82,7	1374,2	1272,3	1421,6
в т.ч. пшениця	6,0	78,0	1333,1	1239,7	1396,5
жито	8,8	77,8	1281,5	1212,6	1292,4
ячмінь	7,1	74,0	1349,0	1261,2	1443,3
гречка	6,5	86,3	4787,5	4524,3	4827,1
кукурудза	2,9	89,6	1366,1	1221,9	1385,2
овес	19,7	60,8	1573,3	1471,8	1712,3
Соняшник	3,6	89,7	3243,2	3101,1	3272,9
Соя	3,4	91,5	2929,7	2876,4	2933,5
Ріпак	3,9	93,4	4137,9	3734,8	4158,5
Картопля	4,1	87,5	2032,8	2153,8	2082,9
Овочі відкритого ґрунту	7,6	47,6	2139,1	3349,7	3343,6
в т.ч. помідори	4,3	21,5	1552,2	3693,2	4444,2
огірки	18,7	78,5	7703,7	6400,4	8177,3
капуста	10,1	89,0	1836,6	1563,1	1875,6
морква	10,7	85,0	1845,0	1941,0	1847,5
Овочі закритого ґрунту	18,8	81,2	7760,0	6181,8	8127,6
Плоди і ягоди	20,0	51,6	3175,9	3655,4	3825,2
в т.ч. кісточкових	38,0	52,6	5589,8	5355,4	5987,7
зерняткових	17,6	51,3	2550,7	2982,7	3153,1
ягід культурних	14,3	59,8	13468,8	11822,0	14897,4
Виноград	7,4	48,8	3571,1	4315,0	3607,1
Баштанні	21,1	75,9	555,4	416,5	601,4
Велика рогата худоба	9,2	26,4	12096,1	9932,3	11365,7
Свині	11,2	27,0	13715,4	11914,1	13517,5
Птиця	4,7	91,3	11279,3	11345,3	11370,6
Молоко	1,8	3,4	3041,6	3709,0	3118,9
Яйця	17,1	80,8	521,5***	474,5***	528,4***

* Сформовано за джерелом [168].

** Реалізація продукції, що не знайшла відображення за напрямками – переробним підприємствам, населенню в рахунок оплати праці, пайовикам в рахунок орендної плати за землею та майнових паїв (часток), на ринку, через власні магазини, ларки, палатки.

*** Грн за тис. шт.

Додаток Ш

Розрахунок коефіцієнтів локалізації для характеристики перспективності створення аграрних кластерів у регіонах України, 2011 р. *

Регіони	Кількість зайнятого населення, тис. осіб	Середньооблікова кількість штатних працівників с.-г. підприємств **, тис. осіб	Кількість працівників с.-г. підприємств, включаючи фермерські господарства, зайнятих у с.-г виробництві, осіб	Середньорічна кількість працівників галузі тваринництва у великих і середніх с.-г. підприємствах ***, осіб	Коефіцієнт локалізації, розрахований на основі		
					середньооблікової кількості штатних працівників с.-г. підприємств	кількості працівників с.-г. підприємств, включаючи фермерські господарства, зайнятих у с.-г виробництві	середньорічної кількості працівників галузі тваринництва
1	2	3	4	5	6	7	8
АРК****	1093,1	28	28577	5329	0,933	0,918	0,622
Вінницька	698,7	40	35963	7671	2,074	1,797	1,394
Волинська	440,1	10	10204	4543	0,823	0,810	1,311
Дніпропетровська	1531,3	35	36316	9961	0,828	0,828	0,826
Донецька	1995,4	35	34026	12784	0,635	0,595	0,814
Житомирська	553,5	14	13820	5488	0,916	0,872	1,259
Закарпатська	522,7	2	3405	370	0,139	0,227	0,090
Запорізька	827,4	26	28008	5842	1,138	1,182	0,897
Ів.-Франківська	529,7	4	4861	1951	0,274	0,320	0,468
Київська	754,4	39	40941	15918	1,873	1,895	2,680
Кіровоградська	433,1	25	26336	3812	2,091	2,123	1,118
Луганська	1002,2	17	16963	4935	0,615	0,591	0,625
Львівська	1100,7	8	8297	2236	0,263	0,263	0,258
Миколаївська	537,5	21	25787	3388	1,415	1,675	0,801
Одеська	1048,5	29	35379	5039	1,002	1,178	0,610
Полтавська	654,2	44	46736	14089	2,437	2,494	2,735

Продовження дод. Ш

1	2	3	4	5	6	7	8
Рівненська	489,2	10	10221	3635	0,741	0,729	0,944
Сумська	518,9	22	18824	6541	1,536	1,267	1,601
Тернопільська	433,6	11	11600	2141	0,919	0,934	0,627
Харківська	1279,0	29	29518	9366	0,821	0,806	0,930
Херсонська	480,7	21	24088	2590	1,583	1,750	0,684
Хмельницька	572,2	21	19265	5445	1,330	1,176	1,209
Черкаська	566,4	36	35059	12971	2,303	2,161	2,909
Чернівецька	385,4	5	6062	2208	0,470	0,549	0,728
Чернігівська	475,3	26	26086	10743	1,982	1,916	2,871
м. Київ	1401,0	3	5764	1030	0,078	0,144	0,093

* Розраховано на основі джерел [133; 151].

** За підприємствами та їх відокремленими підрозділами з кількістю працівників понад 10 осіб.

*** За підприємствами, що звітують за формою № 50 с-г.

**** Включаючи м. Севастополь.

Додаток Ю

Узагальнення вигоди й витрат сільськогосподарського підприємства від його участі в інтеграційній структурі (обслуговуючому кооперативі, громадському об'єднанні, кластері тощо)

Результат участі	Сума, тис. грн	Значущість для підприємства (за 5-бальною шкалою)
Прямі вигоди		
Збільшення прибутку за рахунок:		
- зростання обсягу реалізації продукції		
- підвищення середньої ціни реалізації продукції		
- диверсифікації діяльності (розширення асортименту вироблюваної продукції, виконання робіт, надання послуг)		
Зниження витрат за рахунок:		
- придбання ресурсів за нижчими цінами		
- оренди основних засобів на пільгових умовах		
- передачі окремих функцій кооперативу		
Опосередковані позитивні наслідки		
Забезпечення стабільності господарської діяльності в перспективі	x	
Підвищення іміджу підприємства за рахунок приєднання до бренду	x	
Лобіювання інтересів в органах влади	x	
Уникнення конфліктних ситуацій з партнерами по бізнесу	x	
Стимулювання до впровадження інновацій	x	
Інші _____	x	
Прямі витрати		
Пайовий внесок при створенні інтеграційної структури (входженні до неї)		
Поточні витрати коштів на підтримання діяльності інтеграційної структури		
Затрати часу на забезпечення діяльності інтеграційної структури*		
Інші _____		
Опосередковані негативні наслідки		
Певна втрата господарської автономії	x	
Необхідністю брати участь в небажаних процесах (акціях)	x	
Інші _____	x	

* Переводять у вартісну форму з урахуванням оплати праці та /або продуктивності праці відповідних працівників підприємства.

Наукове видання

Яців Ігор Богданович

**Конкурентоспроможність сільськогосподарських
підприємств**

Монографія

Редактор М. М. Забор
Коректор Л. І. Лісович-Біла

ПП “Видавництво “Український бестселер”
79019, Львів, вул. Б. Хмельницького, 63
E-mail: ukrbes@gmail.com
Свідоцтво про державну реєстрацію: серія ДК № 3611
від 23 жовтня 2009 р.

Підписано до друку 05.04.2013. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
Обл.-вид. арк. 22,47. Ум. друк. арк. 26,44.
Наклад 500 прим. Зам. 82.

Віддруковано ПП “Арал”
м. Львів, вул. О. Степанівни, 49
Свідоцтво про державну реєстрацію суб’єкта підприємницької діяльності
№ 13135 від 09.02.1999 р.