

УДК 677.11:633.521:582.741

В.Г. Дідора

д.с.-г.н., професор

В.І. Ткачук

к.е.н., доцент

Н.І. Кравчук

к.е.н., асистент

Житомирський національний агроекологічний університет

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛЬОНАРСТВА

Стаття присвячена дослідженню теоретичних, методичних та практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції льонарства. Визначено сутність та чинники конкурентоспроможності льонопродукції. Проведено аналіз сучасного стану господарської діяльності та досліджено особливості функціонування льоносіючих підприємств Житомирської області в умовах загостреної конкурентної боротьби. Обґрунтовано пропозиції й рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції льонарства.

Постановка проблеми

Сучасний етап розвитку економіки України визначається процесами її ринкової трансформації та інтеграції у світову систему господарювання, в контексті яких постає питання забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, у т.ч. продукції галузі льонарства. Льондовгунець є стратегічною сільськогосподарською культурою та джерелом натурального волокна в Україні, з якого можна виготовляти широкий асортимент побутових тканин і технічних виробів. Від успішності функціонування галузі льонарства залежить відродження сільськогосподарських підприємств Полісся, а також текстильної та легкої промисловості.

У період переходу до ринкових умов функціонування підприємства галузі льонарства зазнали значних деструктивних змін. Найгострішими проблемами льоносіючих підприємств нині є скорочення посівних площ під льоном, зниження його урожайності та якості льонопродукції, відсутність дієвої інфраструктури ринку і надійних та довготривалих економічних взаємозв'язків між різними сферами виробництва і переробки, неефективність каналів реалізації, диспаритет цін на продукцію льонівиробництва та відповідні матеріально-технічні ресурси. Результатом зазначених процесів у галузі льонарства є втрата Україною сировинної бази для текстильної та легкої промисловості, неспроможність льонівиробників забезпечити внутрішній ринок високоякісними лляними тканинами й іншими виробами з льону, втрата

лідерства на зовнішніх ринках збуту. Однак галузь має значний потенціал, реалізація якого сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності льонопродукції, відродженню галузі льонарства та її стабільному розвитку. Отже, необхідність теоретичного й практичного вирішення цієї проблеми визначили вибір теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень

Проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції сільського господарства знайшли відображення в роботах В.Г. Андрійчука, М.Й. Маліка, Л.Д. Павловської, П.Т. Саблука та ін. Організаційно-економічні питання функціонування й підвищення ефективності льонопромислового підкомплексу та його складових розглядаються в наукових працях Т.П. Єсипчук, І.П. Карпця, О.Ю. Локтя, О.М. Шпичака та ін. Однак питання конкурентоспроможності продукції льонарства та шляхів підвищення її рівня залишається недостатньо вивченим та потребує окремого наукового дослідження.

Метою дослідження є розробка та обґрунтування теоретико-методологічних положень та науково-практичних рекомендацій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності та ефективності виробництва льонопродукції.

Об'єктом та методика дослідження є процес формування конкурентоспроможності продукції льонарства підприємств Житомирської області.

Теоретичною і методологічною базою дослідження є діалектичний метод пізнання і системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів. Дослідження проводилося з використанням таких методів: абстрактно-логічний, економічний аналіз і синтез, монографічний, розрахунково-конструктивний, економіко-статистичний та інші.

Результати досліджень

В економічній науці існують різні тлумачення сутності конкурентоспроможності продукції. На основі аналізу та інтерпретації існуючих в науковій літературі трактувань пропонується авторське тлумачення конкурентоспроможності продукції як категорії, що характеризує спроможність продукції забезпечувати підприємству переваги на ринку відносно конкурентів щодо якісних та кількісних параметрів.

Конкурентоспроможність льонопродукції залежить від ряду чинників прямої та опосередкованої дії, які водночас впливають на її рівень та є рушійною силою у формуванні конкурентного середовища підприємств галузі льонарства (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація чинників конкурентоспроможності продукції льонарства та їх роль у формуванні конкурентних переваг

Чинники		Роль у формуванні конкурентних переваг
Прямой дії	Собівартість	<ul style="list-style-type: none"> • скорочення витрат виробництва з розрахунку на одиницю продукції • формування доступної ціни для споживача
	Ціна	<ul style="list-style-type: none"> • зростання рентабельності продажу • розширення можливостей безбиткового виробництва
	Якість	<ul style="list-style-type: none"> • формування вибору споживача • забезпечення іміджу виробника на ринку • отримання більш високого прибутку від реалізації
	Попит	<ul style="list-style-type: none"> • визначення споживчих параметрів продукції • встановлення вимог до продукції
Непрямой дії	Фактори виробництва	<ul style="list-style-type: none"> • формування стартових конкурентних переваг • формування конкурентоспроможності високого рівня за рахунок інвестицій у виробничу, інформаційну, наукову інфраструктуру, НТП, інновації
	Економічна політика держави	<ul style="list-style-type: none"> • підтримка та стимулювання виробництва конкурентоспроможної продукції (цінова, фінансово-кредитка політика, нормативно-правове регулювання) • розширення експортного потенціалу
	Селекція та насінництво	<ul style="list-style-type: none"> • поліпшення якісних показників продукції (підвищення стійкості проти хвороб та несприятливих погодних умов, підвищення урожайності)
	Механізація технологічних процесів	<ul style="list-style-type: none"> • скорочення обсягів затрат ручної праці, підвищення продуктивності праці • розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій • екологізація виробництва
	Спеціалізація та інтеграція	<ul style="list-style-type: none"> • виготовлення технологічно однорідної, високоякісної продукції • впровадження прогресивних технологій • економія капітальних і експлуатаційних витрат
	Інноваційна діяльність	<ul style="list-style-type: none"> • використання принципово нових видів техніки і технологій • забезпечення виробництва високоякісної продукції
	Кооперація	<ul style="list-style-type: none"> • налагодження економічних взаємовідносин між суб'єктами льонвиробництва та переробки • одержання додаткових вигод від співпраці

Зокрема, чинники прямої дії (якість, собівартість та ціна реалізації одиниці продукції) пояснюють 73,06 % коливання коефіцієнта конкурентоспроможності льонотрести. Чинниками непрямой дії слід вважати: економічні – фактори виробництва, державне регулювання; й організаційно-технологічні – спеціалізація, інноваційна діяльність та ін.

Аналіз структури виробництва льноволокна у країнах світу за період з 1990-х рр. свідчить, що Україна в контексті світового ринку льону суттєво погіршила свої позиції (табл. 2). У світовому виробництві льнопродукції провідне місце посідає Китай. Його частка зросла з 44,6 % у 2000 р. до 60,2 % у 2006 р. Країни Європейського Союзу у 2006 р. виробляли 19,2 % льноволокна. Наступними за обсягами виробництва є Росія (7,7 %) і Білорусія (7,2 %). Україна у 2006 р. виробила 1,5 % льноволокна проти 15,7 % у 1990 р. та посіла 7 місце серед 19 країн-виробників льнопродукції.

Враховуючи те, що Україною взято курс на інтеграцію до світової системи господарювання шляхом набуття членства в Світовій організації торгівлі та входження до інших економічних організацій, зокрема Європейського Союзу, питання розвитку льнопромислового підкомплексу нашої держави в системі світового ринку набуває особливо важливого значення. Але існує ряд проблем, пов'язаних із невиваженими підходами до здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, неоптимальні зовнішньоторговельні відносини зі світовою системою господарювання без послідовного обґрунтованого їх регулювання державою ще більше поглиблюють диспропорції, які склалися в льнопромисловій системі національної економіки.

Таблиця 2. Виробництво льноволокна у країнах світу

Країна	2000 р.		2001 р.		2002 р.		2004 р.		2006 р.	
	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%
Єгипет	14,0	2,91	7,1	1,16	7,2	0,94	9,0	1,20	9,0	1,15
Аргентина	1,9	0,39	1,9	0,31	1,9	0,25	1,9	0,25	1,9	0,24
Чілі	2,1	0,44	2,2	0,36	2,3	0,30	2,3	0,31	2,4	0,31
Білорусія	37,2	7,72	31,5	5,14	26,1	3,40	41,3	5,52	56,6	7,24
Чехія	15,1	3,13	17,7	2,89	16,0	2,08	12,4	1,66	17,8	2,28
Франція	75,0	15,56	75,0	12,24	75,0	9,77	86,0	11,50	90,0	11,51
Італія	0,5	0,10	0,5	0,08	0,5	0,07	0,5	0,07	0,5	0,06
Латвія	1,1	0,23	0,8	0,13	1,4	0,18	0,8	0,11	0,8	0,10
Литва	7,2	1,49	4,0	0,65	6,2	0,81	9,9	1,32	5,8	0,74
Нідерланди	6,7	1,39	5,1	0,83	6,2	0,81	5,1	0,68	4,0	0,51
Польща	7,9	1,64	10,2	1,66	10,1	1,32	6,2	0,83	10,0	1,28
Росія	51,0	10,58	58,0	9,46	38,0	4,95	55,0	7,35	60,0	7,67
Румунія	0,9	0,19	0,4	0,07	0,8	0,10	0,7	0,09	0,3	0,04
Словачія	0,4	0,08	1,8	0,29	0,9	0,12	1,2	0,16	1,2	0,15
Іспанія	10,0	2,08	11,0	1,79	11,0	1,43	11,0	1,47	11,0	1,41
Великобританія	28,0	5,81	28,0	4,57	28,0	3,65	28,0	3,74	28,0	3,58
Україна	8,0	1,66	12,0	1,96	11,0	1,43	11,0	1,47	14,0	1,53
Китай	214,9	44,59	345,7	56,40	524,8	68,39	465,5	62,25	470,5	60,18
Світове виробництво	481,9	100,0	612,9	100,0	767,4	100,0	747,8	100,0	781,8	100,0

Джерело: розраховано за даними ФАО ООН.

З іншого боку, негативні процеси у функціонуванні внутрішнього ринку знаходять своє відображення в якісних характеристиках стану зовнішньої торгівлі льонопродукцією. Результатом деструктивних процесів у даній підсистемі є вимушена орієнтація ринку сировини для текстильної промисловості на експорт, який при незавантажених вітчизняних потужностях підприємств лляної промисловості досяг значних розмірів. Це потребує концептуального перегляду умов його подальшого зростання з урахуванням стратегічних цілей розвитку льонопромислового підкомплексу України – максимально можливе забезпечення населення лляними тканинами та формування експортного потенціалу, а також збільшення в ньому частки готових конкурентоспроможних виробів.

Слід зазначити, що у зовнішньоторговельному балансі підкомплексу переважає частка продукції з низьким рівнем промислової обробки (волокно), відповідно ціни на яку значно нижчі, ніж на готову продукцію (тканини). Так, починаючи з 2000 р., спостерігається щорічне збільшення обсягів поставок волокна лляного на зовнішній ринок (табл. 3).

У 2007 р. було експортовано льоноволокна у 2,3 раза більше порівняно з 2000 р. Разом з тим експорт лляних тканин збільшився у 3,6 раза. Якщо у 1997 р. в загальному обсязі експорту частка волокна становила 35,6 %, а тканини – 58,8 %, то починаючи з 2000 р. чітко спостерігається тенденція до збільшення частки льоноволокна і зменшення частки тканин: у 2006 р. частка волокна у структурі експорту становила 94,2 %, пряжі лляної – 3,4 %, тканин лляних – 2,3 % [5]. Прямим наслідком експортної експансії льоноволокна стало нарощування обсягів імпорту тканин у 2,1 раза.

Спостерігається і переорієнтація географії експорту льоноволокна та виробів з нього. Якщо до 1996 р. основними торговельними партнерами України були Росія та Литва, то після 2002 р. головними споживачами льоноволокна стали Литва (53 %) та Китай (25 %), тканин – Туреччина, Ізраїль, Австрія. Такі зміни в географії експорту волокна пов'язані з наступними чинниками: вищою платоспроможністю іноземного споживача; неврегульованістю правового поля російського і українського ринків; заходами, здійснюваними Росією для захисту вітчизняного ринку льоносировини (з вересня 2001 р. імпортоване з України льоноволокно оподатковувалося за ставкою 21 %). Стосовно імпорту тканин, то вони незначні, а їх основна маса припадає на країни Західної і Центральної Європи без постійного партнерства.

Льон-довгунець є традиційною культурою сільськогосподарських товаровиробників північних та західних регіонів України. До спеціалізованих зон вирощування льону-довгунця належать поліські райони Волинської, Житомирської, Київської, Львівської, Рівненської, Сумської та Чернігівської областей. Вони мають оптимальні природно-кліматичні умови для вирощування льону-довгунця, необхідний рівень забезпеченості трудовими ресурсами. Проте затяжна системна криза економіки

негативно вплинула на ефективність господарювання підприємств галузі льонарства. Вирощування льону-довгунця стало нерентабельним, внаслідок чого посівні площі під цією культурою скоротилися у 7 разів порівняно з 1990 р., валові збори льоноволокна – у 8 разів, його урожайність знизилася на 10 % (5,8 ц/га).

Таблиця 3. Експорт-імпорт льоноволокна та виробів з нього в Україні

Продукція	Рік						2007 р. у % до 2000 р.
	2000	2001	2002	2004	2006	2007	
<i>Волокно лляне</i>							
<i>Експорт:</i>							
кількість, т	3685,2	4114,4	10430,7	7610,5	9639,0	8538,0	232,9
ціна реалізації 1 т, дол. США	661,19	594,76	632,85	518,98	681,36	503,43	76,14
<i>Імпорт:</i>							
кількість, т	544,4	101,6	49,8	825,1	266,7	332,3	61,04
ціна реалізації 1 т, дол. США	1638,87	1581,69	1572,29	1609,87	865,39	853,93	52,1
<i>Тканини лляні</i>							
<i>Експорт:</i>							
кількість, т	89,1	212,3	144,3	328,8	239,3	319,5	358,6
ціна реалізації 1 т, дол. США	8118,97	7155,44	6643,8	7987,53	7307,56	6542,55	80,6
<i>Імпорт:</i>							
кількість, т	1011,6	1529,3	956,7	1257,2	2168,4	2538,4	250,9
ціна реалізації 1 т, дол. США	7559,11	5635,06	8085,92	8714,44	6956,6	7010,5	92,7

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України [6].

Житомирська область посідає одне з провідних місць у льонівиробництві. В ній зосереджено 27,5 % всіх посівних площ льону-довгунця та 30 % валових зборів культури. Однак внаслідок деструктивних процесів в аграрному секторі спостерігається згортання льонівиробництва. Застосування методу вирівнювання динамічного ряду за рівнянням параболі другого порядку дало змогу встановити, що середньорічне зниження валових зборів льонотрести з 1990 р. по 2007 р. становить 6,64 тис. т., її урожайності – 0,99 ц/га. До основних причин кризового стану льonosіючих підприємств Житомирської області належать: високий рівень собівартості льонотрести, низькі ціни її реалізації, незадовільне матеріально-технічне забезпечення, недостатній розвиток насінництва, низька якість вирощеної продукції, які в сукупності зумовили зниження рівня конкурентоспроможності та економічної ефективності виробництва льонопродукції (табл. 4).

Таблиця 4. Економічна ефективність виробництва льнопродукції в Житомирській області

Показник	Рік							
	1996	1999	2000	2001	2002	2004	2006	2007
Зібрана площа, тис. га	17,4	6,1	3,5	4,4	6,2	6,8	6,3	5,5
Урожайність, ц/га:								
насіння	1,5	1,5	2,5	3,3	3,2	2,6	2,3	2,3
соломки	9,8	10,3	16,0	26,7	21,2	11,7	11,7	10,5
трести	7,8	6,6	11,7	20,9	15,6	9,0	10,3	9,0
Валовий збір, тис. т:								
насіння	2,6	0,9	0,9	1,5	2,0	1,8	1,4	1,3
соломки	17,1	6,3	5,6	11,7	13,1	7,9	7,4	5,8
трести	13,6	4,0	4,1	9,2	9,7	6,1	6,4	5,0
Сортономер трести	0,65	0,6	0,7	0,85	0,8	0,75	0,65	0,65
Затрати праці на 1 ц, люд.-год.:								
насіння	21,3	34,78	27,4	13,9	11,6	19,2	15,2	16,1
соломки	4,4	7,8	6,9	2,7	3,5	3,2	2,8	2,9
трести	9,1	15,2	12,5	5,6	6,0	6,0	5,0	5,1
Собівартість 1 ц реалізованої продукції, грн:								
насіння	46,82	155,15	101,15	91,31	89,94	100,09	138,9	141,3
трести	27,29	77,26	48,09	38,06	43,77	41,63	53,39	56,97
Середня ціна реалізації 1 ц, грн:								
насіння	30,96	97,36	142,20	141,70	129,68	144,55	142,42	148,54
трести	8,25	13,26	27,94	42,94	37,32	21,86	31,19	35,31
Прибуток на 1 га посіву, грн	-160,6	-430,8	-208,1	+122,5	-31,7	-124	-107,6	-110,5
Рентабельність продажу, %:								
насіння	-51,2	-59,4	+28,8	+35,6	+30,6	+30,8	+2,5	+4,9
трести	-230,7	-482,5	-72,1	+11,4	-17,3	-90,4	-71,2	-61,3
Рівень рентабельності, %:								
галузі	-64,1	-80,0	-37,2	+16,3	-4,8	-29,4	-20,8	-19,5
насіння	-33,9	-37,3	+40,5	+55,2	+44,2	+44,4	+2,5	+5,1
трести	-69,8	-82,8	-41,9	+12,8	-14,7	-47,5	-41,6	-38,0

У процесі дослідження встановлено, що через високі ціни на матеріальні та енергетичні ресурси спостерігається чітка тенденція росту собівартості

льонопродукції, а в деякі роки перевищення її рівня над цінами реалізації. Так, у 1996 р. ціна реалізації льонотрести становила лише 30,2 % від рівня собівартості, у 2007 р. – 62 %. Темпи росту собівартості насіння протягом 1996–1999 рр. також значно перевищують темпи росту цін. У результаті дослідження виявлено, що рівень збитковості галузі сягнув 80 % у 1999 р., коли якість та ціна реалізації продукції були найнижчими за досліджуваний період. Значною мірою реалізаційна ціна залежить від сортономера трести. Найвищий її рівень спостерігається у 2001 р. – 0,85, що дозволило підвищити ціну реалізації та досягти 16,3 % рівня рентабельності галузі в цілому.

З метою поглиблення аналізу ефективності льонівиробництва визначено показник рентабельності продажу (обороту), який дав змогу здійснити оцінку цінової конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможним насіння льону-довгунця було у 2000–2007 рр. Треста характеризується ціновою конкурентоспроможністю лише у 2001 р., про що свідчить показник рівня рентабельності продажу, який становив 11,4 %.

Конкурентоспроможність льонопродукції визначається витратами на одиницю продукції, що пов'язано з концентрацією посівів. Для вивчення впливу даного фактора на конкурентоспроможність продукції проведено групування 50 льоносіючих господарств Житомирської області за площею посіву культури (табл. 5).

Таблиця 5. Цінова конкурентоспроможність продукції льонарства залежно від концентрації посівів льону-довгунця сільськогосподарських підприємств Житомирської області, 2007 р.

Показник	Група підприємств за площею посіву льону-довгунця, га				Всього, в середньому
	I до 20,0	II 20,1–40,0	III 40,1–80,0	IV понад 80,0	
Кількість господарств у групі	17	18	9	6	50
Середня площа посіву, га	14,9	29,5	56,6	209,8	51,1
Площа посіву льону-довгунця в загальній площі господарства, %	1,5	2,5	4,0	18,0	6,5
Урожайність, ц/га					
насіння	3,1	2,5	2,8	4,0	3,3
трести	10,1	9,7	11,5	21,2	15,9
Собівартість 1 ц, грн:					
насіння	111,85	142,00	122,58	95,58	108,78
трести	45,27	41,50	34,24	22,70	28,32
Ціна реалізації 1 ц, грн:					
насіння	86,76	73,04	128,12	97,31	94,02
трести	17,35	18,98	25,27	22,85	23,22
Рентабельність продажу, %:					
насіння	-28,9	-94,4	4,3	1,8	-15,7
трести	-160,9	-118,7	-35,5	0,7	-22,0

У досліджуваній сукупності 70 % підприємств мають площу посіву льону-довгунця до 40 га і найнижчий рівень конкурентоспроможності льонопродукції. Група льоносіючих господарств з посівними площами понад 80 га характеризується найкращими економічними показниками виробництва льону-довгунця. Їх частка у загальній кількості підприємств становить 12 %. Виробництво льонопродукції у цій групі є конкурентоспроможним: рентабельність продажу насіння та льонотрести становить 1,8 % та 0,7 % відповідно.

Негативним чинником, що впливає на зниження рівня конкурентоспроможності продукції галузі та її ролі в економіці сільського господарства Житомирської області, є висока собівартість продукції. У результаті статистичного групування досліджуваних підприємств за собівартістю льонотрести встановлено, що найвищий рівень рентабельності продажу (62,8 %) мають підприємства з собівартістю до 30 грн. за 1 ц льонотрести.

Проблема підвищення якості льоносировини традиційно є актуальною для льонарського підкомплексу. Від номера трести безпосередньо залежить вихід, якість (відсоток довгого та короткого волокна в загальному обсязі) і вартість тонни волокна. Погіршення якості льонотрести негативно впливає на конкурентоспроможність льонопродукції і зменшує обсяги надходження льоносировини на льонозаводи та льонокомбінати (табл. 6).

Таблиця 6. Цінова конкурентоспроможність льонотрести залежно від її якості в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області, 2007 р.

Показник	Група підприємств за сортономером трести			В цілому (в середньому)	Відхилення (III гр. +, - до I гр.)
	I до 0,50	II 0,51–0,80	III понад 0,80		
Кількість підприємств у групі	25	16	9	50	-16
Середня площа посіву, га	35,2	41,4	112,2	51,1	+77
Урожайність льонотрести, ц/га	7,1	16,7	24,3	15,9	+17,2
Ціна реалізації 1 ц, грн	13,19	21,19	32,10	23,22	+18,91
Собівартість 1 ц реалізованої продукції, грн	76,60	28,90	26,10	40,56	-50,5
Рентабельності продажу, %	-480,7	-36,4	+18,7	-74,68	+499,4

З досліджуваної сукупності половина підприємств виробляє несортову тресту (до рівня 0,5) і лише 9 підприємств виготовляють тресту, сортономер якої вищий 0,80, що дає можливість досягти 18,7 % рентабельності продажу.

Як свідчать проведені дослідження, важливою складовою успішного функціонування льоносіючих підприємств Житомирської області є виробництво конкурентоспроможної продукції, тому особливу увагу було акцентовано на проблемах, що стримують даний процес (рис. 1).



Рис. 1. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності льнопродукції

Встановлено, що до основних проблем забезпечення виробництва конкурентоспроможної льнопродукції слід віднести недосконалість державного регулювання розвитку льноосіючих підприємств та характеру конкуренції на ринку льнопродукції, неефективність існуючої структури агропромислових інтеграційних зв'язків між суб'єктами льнопромислового підкомплексу. До проблем мікрорівня належать: загальний незадовільний стан функціонування підприємств галузі льонарства, зокрема дефіцит фінансових та матеріально-технічних ресурсів, низький рівень інформаційного забезпечення, неефективність організації виробництва та управління.

Відродження галузі льонарства на Житомирщині можливе за умови поетапного подолання негативних тенденцій, що склалися за останні роки, та створення сприятливих умов для розвитку льновиробництва. Виходячи із можливого стану розвитку соціально-економічної ситуації в країні і в регіоні дослідження зокрема, прогнозування рівня конкурентоспроможності льнотрести доцільно визначати за трьома варіантами: I – песимістичним (відповідає найгіршим умовам розвитку); II – реалістичним (відповідає існуючим тенденціям); III – оптимістичним (ймовірними за найбільш сприятливих умов) (табл. 7).

У результаті проведених розрахунків встановлено, що зростання рівня конкурентоспроможності льнотрести головним чином відбуватиметься за рахунок підвищення урожайності, сортономеру трести та ціни реалізації. Зокрема, за умов удосконалення організації виробництва та управління,

застосування новітніх технологій вирощування льону-довгунця, оновлення матеріально-технічної бази тощо, урожайність льонотрести може зрости до 28,36 ц/га, сортономер трести також матиме тенденцію до зростання з 0,71 до 1,03, що відповідно сприятиме підвищенню ціни реалізації та конкурентоспроможності продукції.

Таблиця 7. Поваріантний прогноз рівня конкурентоспроможності льонотрести.

Показник	В середньому за 1996–2007 рр.	Варіант прогнозу		
		I	II	III
Коефіцієнт конкурентоспроможності	0,74	0,55	1,29	2,03
Урожайність, ц/га	10,4	8,56	18,46	28,36
Сортономер трести	0,71	0,25	0,64	1,03
Рівень спеціалізації, %	1,02	0,37	0,97	1,57
Питома вага підприємств Житомирської області у пропозиції льонотрести на внутрішньому ринку, %	19,05	13,04	15,28	17,52
Ціна реалізації 1 ц льонотрести, грн/ц	23,53	28,01	55,63	83,25
Продуктивність праці, грн/люд.-год.	2,77	2,69	7,41	12,13

Виявлені у процесі дослідження дестабілізуючі чинники та наявні потенційні можливості відродження льонарства зумовили необхідність розробки стратегії щодо підвищення конкурентоспроможності льонопродукції і створення державою належних умов для нарощування обсягів виробництва (рис. 2).

Серед першочергових заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності льонопродукції і реалізацію конкурентних переваг вітчизняними льоновиробниками, мають бути такі, що формують умови господарювання, сприяють пошуку та утриманню якомога тривалішого періоду порівняльних конкурентних переваг підприємствами галузі.

До них слід віднести: запобігання зниженню конкурентоспроможності експортних позицій льонопродукції та виробів з неї; захист національного ринку льонопродукції у спосіб і за правилами, узгодженими з нормами СОТ, від дестабілізуючих чинників, зокрема недобросовісної конкуренції; підвищення продуктивності праці та якості продукції на основі техніко-технологічного переоснащення галузі; створення вільного конкурентного середовища на внутрішньому ринку з використанням досвіду країн-членів ЄС; забезпечення просування льонопродукції на світовий ринок, у т. ч. за рахунок мінімізації технічних бар'єрів у торгівлі товарами та впровадження надійного механізму захисту інтересів вітчизняних виробників на зовнішньому ринку; сприяння утворенню за участю аграрних підприємств конкурентоспроможних агропромислових формувань, які здійснюють виробництво, переробку, зберігання, маркетинг льонопродукції та взаємовигідний розподіл прибутку на всіх технологічних стадіях.

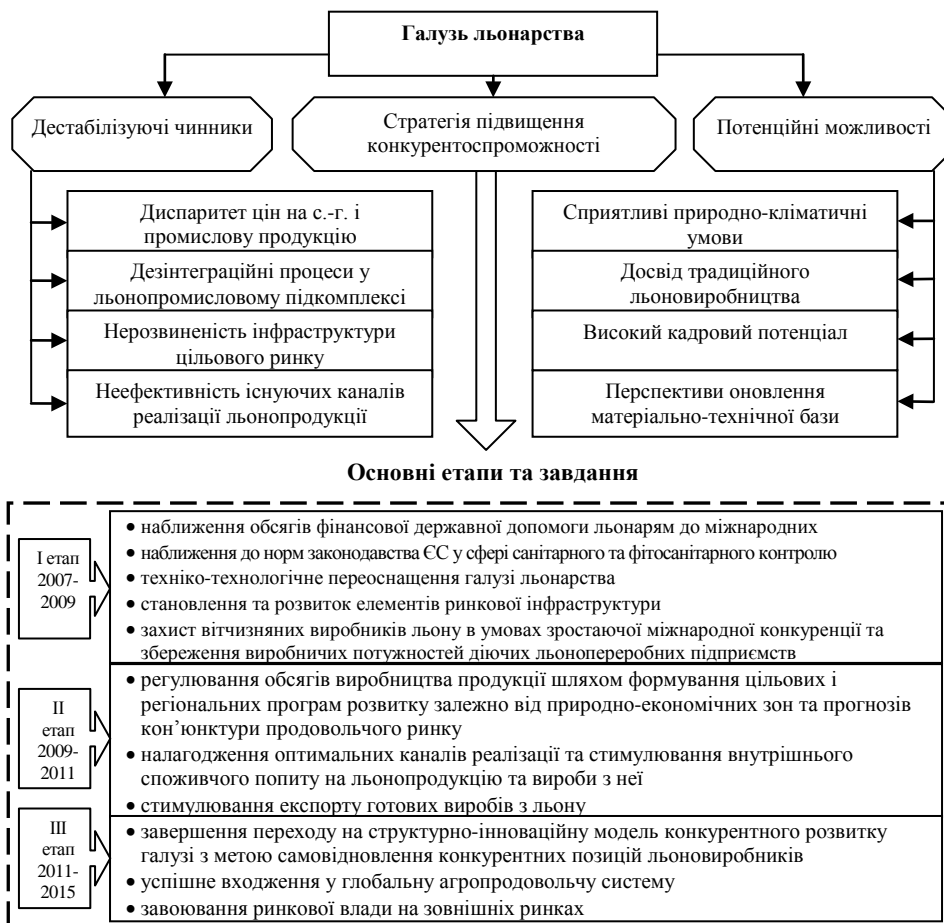


Рис. 2. Основні стратегічні напрями зростання конкурентоспроможності продукції льонарства

Важливим напрямом є також інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку галузі як важливого чинника конкурентоспроможності льонопродукції.

Основні економічні завдання кожного з етапів стратегії сприятимуть реалізації порівняльних конкурентних переваг галузі льонарства в умовах лібералізації торговельного режиму та інтеграції у світові економічні структури.

Висновки та перспективи подальших досліджень

В Україні протягом 1990–2007 рр. внаслідок деструктивних процесів в аграрному секторі льонарство втратило темпи розвитку. На внутрішньому ринку

льонопродукції, починаючи з 1990 р., спостерігається чітка тенденція падіння обсягів виробництва льону-довгунця, різке скорочення посівних площ під льоном. З високоприбуткової галузі льонарство стало низькорентабельним, а у більшості випадках – збитковим, головним чином, через високу собівартість льонопродукції, зменшення обсягів постачання новою технікою та високий ступінь зносу існуючої, неможливість прибання в достатній кількості засобів захисту рослин та мінеральних добрив, ціновий диспаритет на сільськогосподарську та промислову продукцію, зниження купівельної спроможності споживачів льоносировини.

У Житомирській області, яка є традиційною зоною льонарства, галузь в цілому залишається нерентабельною внаслідок збиткового виробництва льонотрести. Встановлено, що ефективність виробництва льонопродукції значною мірою залежить від якості та ціни реалізації. Так, у 1999 р. рівень збитковості галузі сягнув 80 %, коли якість та ціна реалізації льонотрести були найнижчими. У 2001 р. сортономер трести становив 0,85, що дозволило підвищити ціну реалізації та досягти 16,63 % рівня рентабельності галузі в цілому. У результаті проведення статистичних групувань льоносіючих підприємств Житомирської області встановлено, що кращими економічними показниками характеризуються підприємства з площею посіву понад 80 га та з обсягами виробництва льонотрести понад 800 ц. Достатньо високий рівень конкурентоспроможності льонотрести мають підприємства, що досягли урожайності 21 ц/га і вище та якості продукції сортономером не нижче 0,8.

Перспектива подальших досліджень – конкретизація розроблених пропозицій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції льонарства та удосконалення методики оцінки її рівня.

Література

1. Азізов С.П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах: підруч. / С.П. Азізов, П.К. Канівський, В.М. Скупий; за ред. проф. С.П. Азізова. – К.: ІАЕ, 2001. – 834 с.
2. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: моногр. / В.П. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
3. Єсипчук Т.П. Стратегічні напрями розвитку зовнішньої торгівлі продукцією льонопромислового підкомплексу України / Т.П. Єсипчук // Економіка АПК. – 2003. – № 11. – С. 141–147.
4. Карпець І.П. Якість продукції льону-довгунця і олійного за різних способів сівби і удобрення / І.П. Капець, О.М. Дрозд // Вісн. аграр. науки. – 2005. – № 6. – С. 21–24.
5. Програма розвитку льонарства Житомирської області на 2006–2010 роки / Гол. упр. економіки Житомир. облдержадміністрації. – Житомир, 2006. – 11 с.

- б. Збір урожаю сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду в Україні: стат. зб. / Держкомстат України. – К, 2007. – 174 с.