

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

¹І. Ф. Грабчук, к.е.н.,

²Т. В. Кобилинська к.е.н., докторант, заступник начальника
управління обробки даних
економічної статистики ГУС у Житомирській області

¹Житомирського національного агроекологічного університету;

²Національної академії статистики, обліку та аудиту м.Київ

З огляду на те, що виробництво органічної сільсько-господарської продукції є головною умовою зростання позицій сільського підприємництва та посиленням конкуренції за її збут на внутрішньому і зовнішньому ринках, проблема підвищення конкурентоспроможності органічної сільськогосподарської продукції набуває пріоритетного значення. Для отримання успіху у конкурентній боротьбі потрібен постійний моніторинг ринків сільськогосподарської продукції, позицій підприємств, позицій конкурентів, смаків і переваг постійних споживачів органічної продукції, досліджень сильних та слабких сторін діяльності суб'єктів господарювання, здатності та швидкої пристосованості до змін ринку. Разом з тим, досвід останніх років засвідчив, що не всі вітчизняні сільськогосподарські

підприємства спроможні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної органічної продукції не дозволяє багатьом з них реалізувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання комплексу заходів, загалом. В такій ситуації для кожного сільськогосподарського підприємства стає необхідним аналіз конкурентоспроможності органічної продукції і розробка дієвих заходів щодо її підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вивчали такі провідні науковці, як: Ф. Котлер, М. Портер, К. Ісікава, П. Друкер, К., Окрепілова, М. Кричевський, Р. Фатхутдінов, А. Коваленко, В. Андрійчук та ін. Однак, вивчення теоретичних та практичних аспектів конкурентоспроможності органічної сільськогосподарської продукції потребують проведення додаткових досліджень

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції є результатом взаємодії факторів, породжених об'єктивним розвитком продуктивних сил, які відображають вплив політики великих монополій в боротьбі за якість продукції, ринки її збуту і отримання прибутку. Поняття «конкурентоспроможність» є похідним від поняття «конкуренція», яке трактується як суперництво виробників за споживача [1, с. 451]. Споживач, купуючи продукцію, орієнтується на її корисний ефект, який визначається зіставленням якості продукції з витратами на її придбання. Органічна продукція має перевагу в якості, порівняно з продукцією, яка виготовляється за традиційними технологіями. Оскільки в технологічному процесі виробництва органічної сільськогосподарської продукції не використовують мінеральні добрива, отрутохімікати, а в тваринництві – антибіотики, стимулятори росту, гормони, що робить органічні продукти високоякісними.

У процесі виробництва органічної сільськогосподарської продукції собівартість її одиниці зростає через введення ряду додаткових операцій щодо забезпечення екологічності сировини, або самого виробництва. Ціна на органічну сільськогосподарську продукцію залежить від витрат виробництва, попиту і пропозицій, обсягу інвестицій, якості та платоспроможності населення.

Оцінка конкурентоспроможності органічної продукції враховує сукупність якісних і вартісних характеристик продукції, що задовольнятиме потреби споживача та забезпечить можливість її збуту на конкурентному ринку. Окремими показниками, за якими визначають конкурентоспроможність органічної сільськогосподарської продукції, є цінова конкурентоспроможність та її загальний індекс.

Цінова конкурентоспроможність визначається за такою формулою:

$$ЦК = (СЦ - ПС) : СЦ,$$

де, ЦК – цінова конкурентоспроможність;

СЦ – середньореалізаційна ціна 1 ц продукції, грн.;

ПС – повна собівартість 1 ц продукції, грн.

Зіставлення рівня цінової конкурентоспроможності за звітний рік з базовим, що дає можливість розрахувати загальний індекс цінової конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність органічної сільськогосподарської продукції забезпечується в разі наявності в неї певних вагомих конкурентних переваг, що стосуються її якості і ціни. Таким чином, економічний зміст конкурентоспроможності органічної сільськогосподарської продукції полягає у сукупності її органічних властивостей, які з аналогічною продукцією конкурентів забезпечують потреби споживачів на вищому рівні щодо її безпечності та якості, а також мають перевагу у її вартості.

Наразі в органічному секторі зареєстровано 360 підприємств, з яких 192 виробляють органічну сільськогосподарську продукцію. Лідерами органічного сектора в Україні є ТОВ «Органік Мілк» (ТМ «Organic Milk»), ТОВ «Старий Порицьк» (ТМ «Старопоріцкое»), ТОВ «ЕтноПродукт» (ТМ «ЕтноПродукт»), ТОВ «Органік оригінал» (ТМ «Екород») та ТОВ «Галекс–Агро». Вони є експортно–орієнтованими виробниками органічної сільськогосподарської продукції: молока сирого незбираного, м'яса у живій вазі, зерна і зернобобових усіх видів та м'ясомолочних, круп'яних, хлібобулочних продуктів харчування власного виробництва, одержаних у результаті промислової переробки сільськогосподарської сировини [3].

Рівень конкурентоспроможності органічної сільсько–господарської продукції наведено у таблиці 1.

Загалом, наведені дані таблиці 1 доводять, що ТОВ «Органік Мілк», ТОВ «Старий Порицьк» та ТОВ «Галекс–Агро» виробляють конкурентоспроможну органічну сільськогосподарську продукцію. За рівнем конкурентоспроможності продукції зайняли: перше місце – ТОВ «Органік Мілк», друге – ТОВ «Старий Порицьк» та третє, –ТОВ «Галекс–Агро».

Визначений рівень цінової конкурентоспроможності вказує на те, що всі виробники органічної сільськогосподарської продукції можуть знизити ціни на неї, а її реалізація буде забезпечувати рентабельність підприємствам. Зокрема, ТОВ «Галекс–Агро» може знизити ціну на молоко на 16,9%, мед – 32,8%, зерно – 72,3% та

отримувати прибуток з їх виробництва та реалізації. Втім, виробництво м'яса великої рогатої худоби є менш прибутковим.

Таблиця 1
Рівень конкурентоспроможності органічної сільськогосподарської продукції за 2014–2016 рр.

Назва підприємства / Вид продукції	ТОВ «Органік Мілк»	ТОВ «Старий Порицьк»	ТОВ «Галекс–Агро»
<i>Молоко органічне (коров'яче сире, незбиране у перерахунку на масову частку жиру 3,6%)</i>			
індекс цінової конкурентоспроможності	21,6	19,2	16,9
загальний індекс цінової конкурентоспроможності продукції	1,23	1,28	1,18
<i>М'ясо органічне великої рогатої худоби (у живій вазі)</i>			
індекс цінової конкурентоспроможності	1,6	1,1	0,91
загальний індекс цінової конкурентоспроможності продукції	1,09	1,03	1,01
<i>Мед органічний</i>			
індекс цінової конкурентоспроможності	36,0	36,5	32,8
загальний індекс цінової конкурентоспроможності продукції	1,17	1,15	1,11
<i>Зерно органічне (всі види зернових і зернобобових)</i>			
індекс цінової конкурентоспроможності	74,5	76,5	72,3
загальний індекс цінової конкурентоспроможності продукції	1,21	1,18	1,16
Місце підприємства за рейтингом оцінки рівня конкурентоспроможності органічної продукції	1	2	3

Джерело: розраховано за формою 2 «Звіт про фінансові результати діяльності» ТОВ «Органік Мілк», ТОВ «Старий Порицьк», ТОВ «ЕтноПродукт».

Загальний індекс конкурентоспроможності органічної продукції у ТОВ «Органік Мілк», ТОВ «Старий Порицьк» та ТОВ «Галекс–

Агро» за всіма видами продукції становить більше 1 та вказує, що її виробники із року в рік підвищують її конкурентоспроможність. Втім, у ТОВ «Галекс–Агро» загальний індекс конкурентоспроможності продукції є дещо нижчим. Така ситуація пояснюється розробкою та впровадженням комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності органічної продукції.

Проблема підвищення конкурентоспроможності органічної продукції має декілька напрямів: технічний, економічний, організаційний, нормативно–правовий, соціально–психологічний (табл. 2).

Таблиця 2

Напрями підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської органічної продукції

Напрямок заходу	Характерні риси заходу
Технічний	визначають технічні властивості органічної продукції і регламентуються технологічними стандартами її виробництва.
Економічний	характеризують основні економічні та споживчі властивості органічної продукції: ціну, собівартість, рівень попиту на неї і відтворюються в показниках загальних витрат на придбання продукції та експлуатаційних витрат за термін.
Організаційний	призначені для оцінки умов платежу за органічну продукцію, термінів її поставок та сервісних послуг тощо.
Нормативно–правовий	визначають правову захищеність продукції на зовнішньому ринку (сертифікація).
Соціально–психологічний	характеризують властивості продукції в процесі її використання людиною (гігієнічні, антропометричні, психофізичні та відображають виразність і досконалість зовнішнього вигляду продукції, особливості її сприйняття споживачами в процесі експлуатації – насиченість кольорів, дизайн, зручність у використанні).

Джерело: власні дослідження.

До факторів, які безпосередньо впливають на забезпечення конкурентоспроможності експортної продукції, слід віднести не лише високу якість та економічні умови продажу, а й ряд нецінових

чинників: унікальність, ефективність бази для поширення інформації про продукцію, динамізм збуту і можливість швидкого реагування на ринкові досягнення.

Отже, конкурентоспроможність сільськогосподарської органічної продукції є сукупністю якісних і вартісних ознак продукції, що забезпечують задоволення потреб споживачів, та вагомим критерієм доцільності підвищення рентабельності її реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Напрями підвищення конкурентоспроможності органічної сільськогосподарської продукції мають включати сукупність технічних, економічних, організаційних, нормативно–правових та соціально–психологічних заходів. Для досягнення позитивного результату виробники мають запровадити комплекс заходів з удосконалення організації виробництва, звернувши особливу увагу на оновлення й модернізацію основного технічного парку підприємства, раціоналізацію та стимулювання ефективності виробництва, створення системи мотивації управління працею, підготовку персоналу, що забезпечить зростання якісного рівня продукції та максимальне задоволення вимог споживачів.

Список літератури

1. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Перун, 2003. – 1440 с.
2. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 20–21, ст.721). 2014
3. Офіційний сайт Федерації органічного руху в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/>
4. Офіційний сайт Органічна Україна – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/top>