

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО БДЖІЛЬНИЦТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Яценко О. М., д.е.н.

Постановка проблеми. Фундаментальним елементом системи ринкової економіки є конкурентні відносини, які визначають поведінку суб'єктів господарювання у межах національного інституційного середовища та конкурентний статус країни у системі міжнародних відносин. Проблема конкурентоспроможності об'єктів і суб'єктів національного господарства значно актуалізувалася після вступу України до Світової організації торгівлі, що зумовлює необхідність адаптації товаровиробників до умов глобалізації через систему формування і реалізації конкурентних переваг. Виходити на зовнішні і внутрішні ринки необхідно із високоякісною і затребуваною продукцією, що, у свою чергу, вимагає переосмислення економічних відносин агентів ринку, потребує якісно нового підходу відносно маркетинг менеджменту та розробки і реалізації стратегії розвитку. Ці положення викликають науковий інтерес і обумовлюють вибір напряму дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основоположниками теорії конкурентних переваг є Б. Олін, М. Портер, К. Прахалад, Д. Рікардо, Дж. Робінсон, А. Сміта Р. Фатхудинов, Ф. Хайек, П. Хайне, Г. Хамел, Э. Хекшер, Дж. Хікс, Е. Чемберлін та ін. Теоретико-методологічні і прикладні дослідження у галузі формування та реалізації конкурентних переваг, розвитку конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності на різних рівнях функціонування економічної системи знайшли відображення у працях зарубіжних вчених: Г. Азоева, Э. Азроянца, М. Брандербурґера, С. Брю, Дж. Барні, А. Вебера, А. Вербеке, Р. Гранта, Ф. Еджуорта, Р. Ейміта, Ф. Енгельса, Дж. Кейнса, К. Макконнелла, К. Маркса, А. Маршалла, Дж. Мілля, Ф. Муру Ф., Найта, Дж. Нейлбаффа, А. Рум'янцева, П. Самуельсон, Д. Тіса, П. Шоемейкера, А. Юданова. Серед вітчизняних дослідників зазначені питання висвітлюється у працях Л. Антонюк, Я. Базиліюка, Л. Балабанової, А. Гальчинського, В. Гейця, Т. Зінчук, С. Кваши, М. Маліка, А. Філіпенко та ін.

Метою дослідження є визначення конкурентних позицій країн провідних виробників продукції бджільництва на основі оцінки конкурентоспроможності продукції досліджуваної галузі на світовому агропродовольчому ринку. **Об'єктом дослідження** виступає процес формування і реалізації конкурентних переваг продукції бджільництва на світовому ринку, що безпосередньо впливає і визначає конкурентні позиції країн виробників. **Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методологічних та практичних аспектів конкурентоспроможності бджільництва та конкурентних позицій країн виробників. У процесі дослідження використані загальні і спеціальні економічні методи: індукції і дедукції, абстракції, узагальнення, системного підходу до явищ, що вивчаються і ін.

Виклад основного матеріалу. В умовах глобалізації агропродовольчих ринків необхідно визначити перелік стратегічних галузей сільського господарства і провести глибоку діагностику їх стану і відповідних сегментів ринків із метою максимальної адаптації до конкурентних умов зовнішнього середовища і створення глобальних продуктів. Авторські узагальнення досліджень у даному напрямі, дозволяють запропонувати визначення адекватне сучасним вченням і підходам. Ми пропонуємо під глобальним агропродовольчим продуктом розуміти максимально адаптований до глобальних потреб споживачів уніфікований і стандартизований продукт сільськогосподарського походження на визначеному сегменті ринку із врахуванням специфіки країни виробника.

Україна інтегрована у глобальний світовий ринок і вже на нинішньому етапі її пропозиція щодо глобальних агропродовольчих продуктів складає вісім товарних позицій,

проте переважають товари сировинного походження, про це свідчать статистичні дані FAOSTAT [1]. До таких продуктів відноситься соняшник, мед, ячмінь, картопля, цукровий буряк, яйця, пшениця та соя.

В контексті глобалізації агропродовольчих ринків і необхідності виробництва глобальних агропродовольчих продуктів особливої уваги заслуговують як реальні так і потенційні галузі сільського господарства, однією з таких, як уже зазначалось у вступі, є галузь бджільництва. Україна входить у четвірку найбільших виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання цього продукту. Протягом останнього десятиліття продукція відзначається найвищими світовими нагородами за якість і смакові характеристики. Світові ніші у відповідному сегменті агропродовольчого ринку не зайняті, у той час як світовий попит на відповідну продукцію продовжує зростати. Галузь бджільництва опосередковано здатна забезпечити внутрішню продовольчу безпеку, сприяти розвитку суміжних галузей сільського господарства та збереженню національних агроєкосистем, позитивно впливати на стан здоров'я нації, підтримувати розвиток сільських територій, зайнятість сільського населення, сприяти подоланню сільської бідності, забезпечити відповідні надходження до державного і місцевих бюджетів за рахунок розвитку агробізнесу і сплати відповідних податків, мати у достатній мірі експортний потенціал, бути затребуваною на міжнародних ринках та сприяти розвитку агробізнесу у галузі і аграрного сектора у цілому. Із позицій холістичної парадигми та у контексті концепції багатофункціонального розвитку сільського господарства логічним є висновок, що продукція галузі бджільництва має оптимальний набір конкурентних переваг, тобто ми можемо говорити про її поліфункціональну конкурентоспроможність. Ми пропонуємо ввести у науковий обіг зазначену категорію, адже вона не суперечить теорії багатофункціональності сільського господарства і не обмежується лише суспільними благами, проявляється її багатоаспектність і багатогранність у економіко-соціальному та еколого-ресурсному контекстах. Необхідність доповнення категоріального апарату обумовлена закономірністю методу операціоналізації понять і відображенням зазначених характеристик у галузевому та продуктовому аспектах із метою дефініції даного явища в аграрному аспекті. На основі методу термінологічного аналізу і методу операціоналізації понять пропонується під поліфункціональною конкурентоспроможністю розуміти концентроване вираження організаційно-економічних, інституціонально-управлінських, соціально-фахових, природно-екологічних резервів і здатностей конкретної сільськогосподарської продукції, які реалізуються у товарних відносинах суб'єктів господарювання на агропродовольчому ринку, при цьому здійснюючи позитивний ефект на навколишнє середовище і розвиток сільських територій. Іншими словами це набір характеристик, які з одного боку, незалежні між собою, а з іншого, їх наявність і набір утворюють позитивний синергетичний чотириєдиний ефект у соціополітичному і екологоекономічному вимірах. Математично поліфункціональну конкурентоспроможність можна представити у вигляді:

$$PC = f(K_E, K_I, K_S, K_N) \quad (1),$$

де PC – показник поліфункціональної конкурентоспроможності; E – організаційно-економічні резерви і здатності; K_E – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію; I – інституціонально-управлінські резерви і здатності; K_I – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію; S – соціально-фахові резерви і здатності; K_S – соціально-фахові резерви і здатності; K_S – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію; N – природно-екологічні резерви і здатності; K_N – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію.

Вплив зовнішнього конкурентного середовища стає визначальним для суб'єктів господарювання. Глобальна взаємозалежність і комплементарність всіх секторів національних економік, в т. ч. аграрного, котра охопила та видозмінює політичні, економічні, соціальні і екологічні умови розвитку має безпосередній вплив і на Україну. На думку Т. Дудара глобалізація продовольчих ринків, яка є специфічною ознакою

сучасного і особливо майбутнього розвитку України, ідеально може стати вагомим інструментом, що реалізує чинники національних конкурентних переваг [2]. Світовий ринок меду один із найбільш глобалізованих ринків продовольства, так із вироблених у світі 1,5 млн. т меду на експорт іде близько 400 тис. т., він має ряд особливостей і протягом останніх років активно відбувається перерозподіл ринку між основними виробниками. Майже 80% виробленої продукції припадає на 20 країн-виробників.

Конкурентоспроможність сільськогосподарської сировини і продовольства на світових агропродовольчих ринках визначається до певної межі співвідношенням експорту та світових цін. У цьому контексті, збільшується значення використання одночасно експорту та імпорту при обчисленні конкурентоспроможності, зважаючи на зростання внутрішньогалузевої торгівлі. Для того щоб оцінити конкурентоспроможність продукції бджільництва провідних країн-виробників, нами були розраховані індекси відносної конкурентоспроможності продукції.

Дані порівняльної характеристики міжнародної торгівлі продукцією бджільництва Китаю, Туреччини, Аргентини та України протягом 2000–2008 рр. свідчать про відсутність імпортозалежності зазначених країн від даного виду продукції, оскільки індекс RMP менший за одиницю. Найбільш конкурентоспроможною є продукція Китаю. Це пояснюється не лише найбільшим обсягами виробництва, а й високим рівнем експортної орієнтації галузі та незначним рівнем внутрішньогалузевої торгівлі, оскільки індекс GL протягом 2000–2008 рр. знаходиться у межах 0,076. Проте також варто відзначити, що протягом останніх 5–7 років конкурентні позиції країни послабились, про що свідчить індекс RSCA.

Наступну позицію зайняли товаровиробники із Аргентини. За рівнем виробництва продукції бджільництва країна знаходиться на третьому місці, але посідає друге за рівнем конкурентоспроможності у міжнародній торгівлі. Цікавим також є той факт, що конкурентні позиції Аргентини на глобальному ринку відповідної продукції найвищі, про що свідчить індекси RSCA і GL, хоча у світовій структурі виробництва на країну припадає лише 5%, аналогічна частка у Туреччини і України на протигау Китаю (24%). Туреччина у даному рейтингу займає останнє місце. Країна зберігає конкурентні позиції за рахунок значних обсягів виробництва і реалізації продукції бджільництва, проте вони значно послабились протягом 2005–2008 рр. За останні два роки зріс рівень внутрішньогалузевої торгівлі досліджуваною продукцією, про що свідчить індекс GL у 2007–2008 рр., який становить 0,285 та 1,273 відповідно. Про втрату конкурентних переваг на міжнародному ринку протягом 2005–2008 рр. свідчить від'ємне значення індексу RSCA.

Діагностуючи конкурентні позиції товаровиробників України на світовому агропродовольчому ринку, слід відзначити, що індекс відносних конкурентних переваг RCA продукції бджільництва протягом досліджуваного періоду мав додатне значення, а протягом 2002–2007 рр. зазначений показник дорівнював більше 1, що свідчить про наявність конкурентних переваг продукції у зовнішній торгівлі і її спеціалізацію. Це також засвідчує індекс RTA який має додатне значення, за виключенням 2000 р., і вказує на відносні торгівельні переваги у зовнішній торгівлі. Індекс відносної залежності від імпорту RMP показує відсутність конкурентних невідгод і демонструє низьку залежність від світового імпорту продукції бджільництва, що у свою чергу є теж свідченням порівняльних конкурентних переваг. Проте розкладаючи індекс RCA на групи, можемо спостерігати, що протягом 2000–2001 рр. та 2008 р. досліджувана продукція відносилась до групи «А» ($0 < RCA \leq 1$) і значить, що в зовнішньоекономічній торгівлі даним товарами країна не мала порівняльних переваг. Це пояснюється кризовими економічними періодами, що у свою чергу позначилось на експортоспроможності галузі бджільництва. Ситуація була значно кращою протягом 2002–2007 рр., товарна група відносилась до групи «В» ($1 < RCA \leq 2$), що свідчить про слабо виражені порівняльні переваги вітчизняної продукції бджільництва. Це зумовлено низьким рівнем експортоорієнтованості галузі (4,3%) не зважаючи на провідні позиції країни серед

виробників продукції бджільництва.

В нинішніх умовах представляє інтерес оцінити привабливість галузі бджільництва у контексті посилення комплементарності національних економік в умовах глобалізації ринку. Інтегральний показник привабливості галузі бджільництва у світовій економіці можна оцінити як вищий середнього (3,11). На нього впливають ряд суб'єктивних і об'єктивних чинників, як і на всі галузі, таких як прибутковість бізнесу, інституційна система і економічна динаміка розвитку країн, стратегія і тактика державної політики та її прозорість і послідовність, рівень інтегрованості у світову економіку, рівень організованості і місткості внутрішніх і зовнішніх ринків, наявність виробничого і природного потенціалу держав, фінансове і податкове навантаження на бізнес, ринок кваліфікованої праці, рівень заробітних плат і престижність роботи у галузі, розвиток ринкової інфраструктури, науково-технологічний і дослідницький потенціал у країні і галузі та, один із визначальних факторів для сільського господарства, природно-географічні умови країни. Показники привабливості галузі бджільництва мають динамічний характер, на них впливають зовнішнє і внутрішнє маркетингове середовище, рівень окупності капіталовкладень, коливання попиту і пропозиції та ін.

Тенденцією до поліпшення конкурентних позицій на світовому ринку характеризуються дві країни, такі як Аргентина та Україна. Найбільш високу і вигідну конкурентну позицію займає Аргентина, хоча лідером із виробництва нині є Китай, конкурентна позиція якого протягом останніх років погіршилась. Відповідні тенденції простежуються і у Туреччини. Незважаючи на те, що зараз серед чотирьох найпотужніших світових виробників Україна займає четверту позицію, вона постійно її підвищує протягом останніх дев'яти років, за виключенням певних коливань. Стратегічною перспективою для національних товаровиробників є вихід у сектор «В 2», а середньостроковою – «В 1» і впровадження стратегії зростання із відповідними альтернативними стратегіями. Проте не виключено, що в умовах фінансово-економічної і організаційної кризи буде простежуватись збереження сучасних тенденцій у галузі бджільництва і відбуватиметься певний застій, тоді для утримання конкурентних позицій на світовому ринку необхідно використати стратегії для сектору «А 1», а у випадку екстенсивного розвитку вітчизняного агробізнесу – «А 2».

Узагальнюючи результати дослідження можна зробити кілька висновків. Дані тенденції свідчать про відсутність залежності України від кон'юнктури відповідних зовнішніх ринків із однієї сторони, проте з іншої, є доцільним нарощування експортного потенціалу галузі бджільництва із одночасною географічною диверсифікацією ринків збуту. Досягти успіху у сучасній гіперконкурентній економіці Україні можливо у випадку збереження екологічнобезпечних і якісних параметрів продукції бджільництва, ефективної організації агробізнесу і використання сучасного маркетингового інструментарію, що дозволить покращити конкурентні позиції на світовому ринку. Найкращою стратегією на нинішньому етапі для вітчизняних товаровиробників буде захист здобутих позицій, проте у довгостроковій перспективі необхідно поступово переходити до стратегії зростання.

Висновки. Діагностика кон'юнктури світового ринку і оцінки конкурентоспроможності вітчизняною продукції засвідчує перспективність європейського ринку для вітчизняних товаровиробників, у першу чергу це стосується країни Європейського Союзу. Проблема актуалізується з огляду на те, що розвиток бджільництва у індустріально розвинених країнах обмежений рядом об'єктивних і суб'єктивних факторів, до яких належить масова загибель бджіл у багатьох країнах, обмежені природні ресурси, несприятливі природно-кліматичні умови, подорожчання паливно-мастильних матеріалів і т.п. Відповідні тенденції позначаються і на глобальному ринку продукції бджільництва. За рахунок зазначених тенденцій, у першу чергу масової загибелі бджіл, провідні позиції на світовому ринку втратили США. У цьому контексті однією із ключових детермінант успіху стане структурна трансформація експортно-імпортного потенціалу зі стратегічною визначеністю на експорт конкурентоздатної агропродовольчої

продукції і зайняті вітчизняними товаровиробниками відповідних «ніш» на світовому ринку. Також дуже важливу роль відіграє інституційне середовище, яке є ключовим фактором функціонування аграрної економіки в цілому і галузі бджільництва зокрема, що сприяє розвитку конкурентних відносин. Домогтися обмеження конкуренції з боку зарубіжних фірм та інших партнерів на внутрішньому і зовнішньому ринках можливе за умови становлення власного виробництва та відповідного державного регулювання. Важливим є формування інфраструктури ринку, інформатизація галузі, стимулювання інтеграційних процесів між суб'єктами господарювання, ефективне використання маркетингового інструментарію, розробка довгострокової стратегії розвитку галузі. Унікальні конкурентні переваги галузевого рівня, за умови їх підтримки і нарощування, здатні забезпечити конкурентоспроможність агропродовольчої продукції в цілому.

Використані джерела інформації

1. Статистичні дані FAOSTAT. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до докум.: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>.
2. Дудар Т., Дудар В. Розвиток агропродовольчого ринку України в період глобалізації [Електронний ресурс] // Т. Дудар, В. Дудар. – Вісник академії наук вищої освіти України – 2007. – № 5. – С. 75-83. – Режим доступу: // http://www.ashsu.org/academy/herald_info/visnyk_61_5_08/visnyk_61_5_08_75-83.pdf.