

УДК 338(075.8)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВАРОВИРОБНИКІВ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ СВІТОВОГО АГРАРНОГО РИНКУ

Шевчук О.Ю., к.е.н.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Summary: Article is devoted definition of directions of formation of competitive advantages of domestic commodity producers according to requirements of the world agrarian market.

Key words: competitiveness, strategy, competitive advantage, the choice of strategy, strategic cost management.

Постановка проблеми. В умовах світової економічної кризи, уповільнення темпів зростання світової економіки для України негативним наслідком є зменшення попиту на експортні товари. За цих умов основний акцент економічної політики доцільно перенести на внутрішній ринок - активізацію внутрішнього попиту, пропозиції та імпортозаміщення. Метою є дослідження теоретичних аспектів формування конкурентних переваг аграрних підприємств на світовому ринку.

Проблема українських підприємств полягає, по-перше, у тому, що вони не володіють сучасним арсеналом науково обґрунтованих методів ведення конкурентної боротьби, по-друге, вітчизняна наука до цього часу не забезпечила їх відповідними рекомендаціями.

Серед дослідників, що займалися вивчення проблеми конкурентоспроможності слід виділити Г. Азоєва, В. Л. Диканя, В. А. Машнова, Ю. Б. Рубіна, Л. Є. Басовський, О. П. Глудкин, Е. Б. Герасимов, Н. Золотухін, Л. П. Сулліван, Л. І. Федулова та Б. І. Герасимов та ін. Проте питання присвяченні розгляду теоретичних аспектів формування конкурентних переваг аграрних підприємств на світовому ринку потребують подальшого дослідження.

Основні матеріали дослідження. Формування конкурентної переваги є процесом створення конкурентної позиції підприємства. У широкому розумінні конкурентна позиція підприємства - це підхід підприємства до конкуренції в цілому. Позиція ж підприємства в галузі визначається конкурентною перевагою. У зв'язку із цим управління конкурентним середовищем в аграрній сфері набуває важливого значення для забезпечення процесу розширеного відтворення і розвитку підприємств у гармонійному поєднанні із соціальними потребами суспільства.

Найбільш сприйнятливими формами реалізації нових економічних відносин виступають сільськогосподарські підприємства, які не тільки стабілізують ринок, залучаючи в обіг місцеві сировинні ресурси диверсифікуючи виробництво по різних регіонах країни, але й збільшують рівень зайнятості людей, якість їхнього життя та праці. Окрім того, важливими якостями невеликих підприємств є їхня стійкість щодо фактора ціни, яка обумовлюється тут лише співвід-

ношенням попиту та пропозиції, мобільність реакції на швидкоплинні зміни на ринку, особливо в умовах економік, що розвиваються.

Українським підприємствам необхідно виробляти таку продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. У добу глобалізації це й запорука втримання позиції на внутрішньому ринку, й умова ефективного включення у світовий економічний простір. Стандарти міжнародної якості, так само як і інші позиції з набуття вітчизняними підприємствами конкурентних переваг, можуть бути розроблені в рамках стратегії просування національної експортної продукції на світовому ринку.

Така стратегія повинна полягати не в простому нарощуванні обсягів експорту, а в сприянні створенню довгострокових конкурентних переваг та стабільному розширенні і якісному поліпшенні на основі цих переваг позицій

країни на світовому ринку. Для цього необхідно мати чітку концепцію економічної політики, яка сприяла б розширенню експорту лише в поєднанні із загальними цілями макроекономічної політики.

Матеріальною основою стратегії просування продукції українських підприємств на зарубіжних ринках є вже набутий і можливий експортний потенціал країни.

Початковим етапом реалізації експортного потенціалу є проведення відповідної експорторозширювальної політики, коли поруч із розвитком традиційного експорту розвиватимуться й потенційні експортні галузі відповідно до тенденцій на світовому ринку. Цього можна досягти при сприянні в структурній політиці виробництву товарів високого ступеня переробки шляхом використання провідних технологій, які дозволять ефективніше використовувати наявні ресурси.

Власне, перспективні галузі, перш за все, агропромислова й харчова. При забезпеченні високої продуктивності сільськогосподарського виробництва та наявності провідних технологій та устаткування підприємств із переробки сільськогосподарської продукції, могли б успішно просуватися на міжнародному ринку. Зауважимо, що для малого й середнього бізнесу саме в цих галузях велике поле для діяльності.

Наступний напрямок визначається такими факторами, як інфраструктура та інформація. На сьогодні рівень розвитку цих двох факторів у нашій країні є недостатнім. Експортери мають низький рівень кваліфікації й поінформованості щодо ситуації на міжнародних ринках. У результаті це часто призводить до невиправданого заниження цін і проведення демпінгових торговельних операцій на світовому ринку, що веде до відповідної реакції з боку інших держав і створює для наших експортерів імідж «нечесних конкурентів».

Висновки. Конкурентні відносини поряд з державним регулюванням здатні забезпечити сталий розвиток аграрної сфери, не допустити дискримінації сільськогосподарських підприємств у розподілі прибутків з боку переробної галузі та торгівлі та забезпечити норму прибутку, що відповідає її рівню в інших галузях народного господарства.

Література.

1. Клімова І. М. Економічний механізм регулювання експорту сільськогосподарської продукції / І. М. Клімова // Економіка АПК. – 2007. – № 12. – С. 127-132.
2. Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / [Саблук П. Т. та ін.] // Економіка АПК. – 2008. – № 1. – С. 3-20.
3. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції / К. К. Прахалад, В. Рамасвами: пер. з англ. Михайла Ставицького. – К., 2005. – 258 с.