



УДК 338.312:633.85

© 2017

С.А. Чехов,
кандидат
економічних наук

*Дослідна станція
ефіроолійних та
малопоширених
сільськогосподарських
культур НААН*

І.В. Чехова,
кандидат
економічних наук

*Інститут олійних
культур НААН*

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

Мета. Запропонувати напрями підвищення конкурентоспроможності виробництва олійних культур у сучасних умовах трансформації аграрного ринку. **Методи.** Системного узагальнення, абстрактно-логічний, аналізу і синтезу, спостереження та анкетування. **Результати.** Вивчено й охарактеризовано суб'єктний склад ринку олійних культур. Проведено маркетингове дослідження щодо виявлення стримувальних факторів подальшого розширення параметрів ринку олійних культур з нарощування обсягів виробництва насіння цих культур. **Виробничий ланцюг** в аспекті суб'єктів ринку є сформованим, але ефективність його функціонування перебуває на низькому рівні через розбалансованість інтересів. **Висновки.** Виробництво насіння олійних культур на вітчизняному аграрному ринку є конкурентоспроможним. Питання підвищення конкурентоспроможності його виробництва полягає в нейтралізації впливу стримувальних факторів та збалансуванні інтересів суб'єктів ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, насіння олійних культур, суб'єкти ринку, ринок олійних культур.

Діяльність підприємств як суб'єктів ринкових відносин відбувається в умовах жорсткої конкуренції. Конкурентне ринкове середовище формує умови для економічного розвитку. Наукові підходи та інструментарій підвищення ефективності виробництва насіння олійних культур мають велике значення в період інтеграційних процесів вітчизняного аграрного ринку. Посилення конкуренції в олієжировому секторі, загострення процесів монополізації виробництва насіння олійних культур, нарощування обсягів переробки та диференціація напрямів їх споживання спонукають виробників до гнучкого реагування на численні

ринкові виклики і трансформації. Оскільки олієжировий комплекс України займає важливе місце у світовому виробництві насіння олійних культур, актуальним питанням є пошук нових напрямів підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності розглядалися в роботах [1–4]. Аналіз показників і критеріїв підвищення конкурентоспроможності підприємства відображено в дослідженнях І.Ф. Коломійця [5], О.В. Замазій [6].

Різні питання конкурентоспроможності виробництва аграрної продукції висвітлено вченими А.В. Кваско [7], А.І. Велігіною [8], Г.М. Кулишовою [9], Т.В. Устік [10]. Підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції є питанням державного рівня, до якого завжди прикута увага науковців. Серед пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва аграрної продукції вона концентрується на виробничих аспектах або ринкових заходах регулювання. Скажімо, пропонується вирощувати соняшник за новими енергоощадними технологіями no-till, застосовувати конкретні мікродобрива і сорти насіння для отримання кращих урожаїв, поліпшувати мотивацію праці [11]; устанавлювати ціни, які забезпечать прибуток для розширеного відтворення, зменшити податки для аграріїв, устанавити систему пільг [12]; переорієнтуватися на інноваційний шлях розвитку економіки України, здійснити структурні зрушення в господарському комплексі регіонів; створити кластери з підприємств, пов'язаних єдиним технологічним циклом одержання кінцевої продукції, на рівні держави забезпечити підтримку престижності вдосконалення та поліпшення якості продукції [10] тощо. Особливої актуальності ці питання набувають під час спаду економіки або економічної кризи. Ризик зниження рівня конкурентоспроможності продукції внаслідок змін поточної кон'юнктури вітчизняного аграрного ринку зумовлює потребу в оперативному аналізі ринкової ситуації з відповідними рішеннями і пропозиціями розвитку [13].

Мета досліджень — дослідити основні аспекти, систематизувати фактори впливу та запропонувати напрями підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур у сучасних умовах трансформації аграрного ринку.

Результати досліджень. Нині конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, які використовують для аналізу економіки України загалом, її окремих галузей та окремих товаровиробників. Важливе місце в експортному потенціалі України займає олієжировий комплекс АПК, в якому останніми роками відбулося зростання виробництва сої та ріпаку, нарощення споживання соєвого шроту, що покривається переважно за рахунок внутрішньої переробки вітчизняної сої, а найголовніше — значне збільшення переробки соняшнику та перехід від експорту насіння цієї культури до експорту

продукції переробки соняшнику [10].

Виробництво насіння олійних культур характеризується високим рівнем рентабельності порівняно з іншими культурами. Соняшник — найрентабельніша культура — 63,4% у 2015 р. проти 36,5% у 2014 р., наступну позицію займає ріпак — 58,8% у 2015 р. проти 29,2% у 2014 р. Важливо те, що в складних умовах економічної кризи 2015 р. рівень рентабельності зазначених культур не лише не знизився, а й зріс по соняшнику та ріпаку, крім сої. Рентабельність її виробництва різко знизилася — з 35% у 2014 р. до 10% у 2015 р. за рахунок зниження рівня врожайності. Вона не витримала конкуренції на ринку олійних культур. Коливання рівня рентабельності виробництва насіння олійних культур відбувається внаслідок впливу виробничих і ринкових факторів. Чим вищим є показник рентабельності виробництва конкретної культури, тим привабливішим є виробництво цієї культури для сільгоспвиробника.

Під управлінням конкурентоспроможністю слід розуміти постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх ієрархічних рівнях на фактори і умови, що забезпечують виробництво високоякісної і конкурентоспроможної продукції. Тобто це коригувальний процес формування виробництва і споживання продукції з метою виведення на ринок конкурентоспроможного товару та зниження впливу суб'єктивних факторів [2].

На конкурентоспроможність виробництва насіння олійних культур діють такі ринкові фактори: обсяги попиту, пропозиції на товарне насіння олійних культур; напрями споживання основних олійних культур (переробка, експорт, насіння); цінова ситуація; стан і перспективи розвитку внутрішнього ринку переробки олійних культур, стратегії лідерів ринку; зміни кон'юнктури зовнішніх ринків основних олійних культур; рівень конкуренції за сировину (соняшник, сою, ріпак) на ринку олійних культур серед переробників та експортерів; податкова політика в аграрному секторі економіки; фінансово-кредитна політика; доступність зовнішніх ринків — наявність або відсутність захисних бар'єрів на олійні культури.

Серед виробничих факторів, що впливають на конкурентоспроможність виробництва насіння олійних культур, відзначаємо низький рівень інтенсифікації сільськогосподарського виробництва; застарілу фізично і морально технічну базу сільськогосподарських підприємств, особливо державної форми

власності; застарілі технології вирощування олійних культур та їх непристосованість до параметрів і вимог сучасної техніки; низьку частку зрошувальних земель, особливо в зоні Степу України; диспаритет цін на паливо, добрива, хімічні засоби та олієжирову продукцію; зниження рівня родючості ґрунтів.

Цей перелік варіюється в аспекті суб'єктів ринку олійних культур у бік збільшення кількості факторів або їх зменшення залежно від фінансового стану підприємства, потужностей виробництва, стратегічних цілей і місії компанії на аграрному ринку тощо. Урахування зазначених факторів і належна їх оцінка дасть змогу запобігати можливим ризикам зниження прибутковості виробництва насіння олійних культур, будувати перспективні виробничі плани.

Поняття конкурентоспроможності означає відповідність товару конкретним потребам споживачів за якісними, цінovими, естетичними характеристиками, відмінностями від аналогів. Продукція олійних культур характеризується стабільними зростаючими показниками виробництва. В Україні виробництво олійних культур перевищило 16,8 млн т на площі 8,3 млн га. Щороку близько 10–12 млн т олійних культур спрямовується на виробництво олії, 3,5 млн т олійних культур експортується. Лідерська позиція за обсягами виробництва належить соняшнику — понад 11,4 млн т. Найвищу врожайність зафіксовано по ріпаку — на рівні 26,1 ц/га. Серед олійних культур виробництво сої збільшилося з 2,6 млн т у 2013 р. до 3,6 млн т у 2015 р. (37%), відзначено підвищені темпи переробки ріпаку (у 2 рази) — з 0,14 млн т у 2013 р. до 0,3 млн т у 2015 р.

Конкурентна (ринкова) позиція сприяє завоюванню найбільшого конкурентного статусу на ринку в процесі суперництва. Для успішного досягнення обраної конкурентної позиції потрібно використовувати всі можливі важелі [11]. Ринкова позиція насіння олійних культур є конкурентною, оскільки кожна олійна культура має відповідні напрями використання. Майже весь обсяг виробленого соняшнику переробляється на олію — до 97%, 0,3% — експортується. Ріпак — експортна культура: понад 80% ріпаку спрямовується на експорт, переробка ріпаку на олію щороку збільшується і становить близько 18%. Продукція сої спеціалізується на 2-х напрямках — 30% від загального обсягу переробляється на олію, 57% — експортується. Зазначимо, що перехідні залишки виробленої продукції не перевищують 2%.

Конкурентоспроможність товару на ринку

олійних культур визначають ціна та якість продукції. Основну частину ціни становлять виробнича собівартість і прибуток. Якість товару — це сукупність властивостей і характеристик, здатних задовольняти конкретні особисті чи виробничі потреби відповідно до свого призначення [7]. Конкурентоспроможним є товар на ринку, що вдало поєднує цінovі позиції та якісні характеристики. Однак у період економічного спаду або економічної кризи цінovий фактор набуває переважного впливу. Якщо оцінювати конкурентоспроможність насіння олійних культур через призму цінovої кон'юнктури, то слід зазначити, що вона є стабільною. Ціни на соняшник, ріпак та сою за останні 3 роки зросли до 9–10 тис. грн/т, зберігається тенденція до їх зростання. Водночас цінovі позиції зернових культур не перевищують 5 тис. грн/т, що вдвічі нижче, ніж цінovі позиції основних олійних культур. Отже, продукція олійних культур є привабливою для аграрних виробників за критерієм цінovих позицій.

Конкурентоспроможність — поняття, яке чітко співвідноситься з конкретним ринком і часом продажу. Конкурентоспроможність тісно пов'язана з конкретним ринком (внутрішнім, регіональним, загальнонаціональним, міжнародним та ін.) і потребами певних груп споживачів [4]. Зазначимо, що конкурентоспроможність тісно пов'язана і з суб'єктами конкретного виду ринку.

Суб'єктами ринку олійних культур є оригінатори репродукційного насіння, виробники, експортери та переробники товарної продукції, держава як регулятор. Кожний із зазначених суб'єктів має виконувати конкретну функцію на ринку і забезпечувати поетапність ланцюга — створення нових сортів — виробництво оригінального насіння — виробництво товарного насіння — переробка частини — реалізація продукції на світовому ринку. Всі учасники ринку зацікавлені в збільшенні ємності ринку, нарощуванні його обсягів.

Так, оригінатори репродукційного насіння зорієнтовані на поширення власних сортів у межах країни та налагодженні системної співпраці з насінневими компаніями-виробниками. Виробники товарної продукції прагнуть гарантованого збуту готової продукції за ринковими цінами. Експортери зацікавлені в стабільному нарощуванні обсягів пропозиції на ринку та концентрації великих партій у певних територіальних межах. Переробники сировини націлені на виробництво олії, що користується попитом, та її збут. Держава зобов'язана зміцнювати потенціал виробництва

сільськогосподарської продукції та укріплювати позиції на міжнародних ринках.

Попередні дослідження показали, що на нинішньому етапі функціонування ринку насіння олійних культур в аспекті його суб'єктів є незбалансованим. Так, потужні підприємства з виробництва і переробки насіння олійних культур об'єднуються в профільні асоціації для захисту власних інтересів, дрібні і середні виробники товарної продукції олійних культур з року в рік «пливуть за течією», експортери проводять політику якнайшвидшої закупівлі сировини з подальшим її експортом, вітчизняні оригінатори насіння конкурують між собою за частку насіннєвого ринку, іноземні насіннєві компанії продовжують завоювання ринку насіння олійних культур, а державні інституції аграрної сфери здійснюють реформи. Тому зазначений вище ланцюг сформований, але його ефективність є низькою. Наявна нині законодавча база в сфері ринку насіння олійних культур (мита, дотації, кредити) не відповідає викликам сьогодення і не враховує реальних запитів суб'єктів ринку. Потребує вдосконалення й аграрна політика держави у сфері захисту вітчизняного насінництва олійних культур. За результатами проведених нами маркетингових досліджень узагальнено основні стримувальні фактори на шляху до розширення параметрів ринку олійних культур щодо його суб'єктного складу. Так, серед виробників дрібної та середньої ланок зафіксовано такі проблеми: зростання собівартості виробництва у 3–4 рази, невизначеність на ринку землі, зміни в податковому законодавстві, високу ціну кредитних ресурсів, відсутність дієвої кредитної підтримки держави і прогнозованих каналів збуту готової продукції. Великі підприємства та агрохолдинги концентрують увагу на незадоволенні обсягів попиту в насінні високих репродукцій, високій ціні на елітне насіння. Компанії-експортери відзначають високі закупівельні ціни, відсутність великих партій товарного насіння, недостатній рівень якості готової продукції, коливання обсягів пропозиції. Діяльність переробників сконцентрована переважно на соняшнику, обсягів якого вже недостатньо виробляється в країні на фоні випереджального темпу зростання потужностей переробки. Періодично виникають перебої із закупівлею сировини, унаслідок чого потужності простоюють. Через це виробники олії дедалі частіше здійснюють диверсифікацію переробки за рахунок сої та ріпаку. Оригінатори насіння основною перешкодою вважають наявність фальсифікованої насіннєвої продукції і підробок,

експансію іноземної селекції, особливо на ринку насіння соняшнику та ріпаку. Нагальною є проблема недосконалої системи сплати роялті селекціонерам і авторам сортів (гібридів) в селекційно-генетичних установах державної форми власності. Як наслідок, фіксується низький відсоток впровадження у виробництво нових вітчизняних сортів та їх поширення.

Попри сталу тенденцію високорентабельного виробництва насіння олійних культур відбуваються зміни у виробничих процесах, які потребують аналізу і пошуку способів нейтралізації негативних факторів впливу. Питання підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур полягає в нейтралізації впливу стримувальних ринкових і виробничих факторів та врахуванні інтересів суб'єктів ринку. Для цього пропонуємо такі напрями підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур:

- формування державних регіональних і галузевих середньострокових програм із виробництва насіння олійних культур за безпосередньої участі Мінагропроду України і мережі Національної академії аграрних наук України на основі вітчизняних селекційних ресурсів. Державні програми мають надавати пріоритет оригінальному насінню вітчизняної селекції та передбачати впровадження у виробництво нових сортів і гібридів на його основі. Слід зазначити, що програма виробництва олійних культур на період 2011–2015 рр. невиконана;

- вирощування продукції олійних культур на основі інноваційних енергоощадних технологій і сучасних високоврожайних сортів і гібридів рослин. Підвищення рівня культури землеробства й агротехніки виробництва насіння олійних культур, застосування необхідного спектра агротехнічних заходів для поліпшення фітосанітарного стану ґрунтів та нарощування рівня врожайності олійних культур, дотримання науково обґрунтованих рекомендацій під час планування сівозмін у розміщенні посівів олійних культур;

- впровадження сучасних маркетингових заходів у виробничу та збутову діяльність вітчизняних селекційних установ і компаній: проведення навчальних семінарів, Днів поля, демонстраційних полігонів, тренінгів і консультацій фахівців на базі установ-оригіраторів насіння;

- планомірна відмова від сировинного експорту продукції ріпаку та сої. Здійснення регулювання вільного доступу на зовнішні ринки продукції сої та ріпаку, які мають великий

обсяг виробництва і потенціал створення продукції з додатною вартістю (олія, шрот) на внутрішньому ринку, як це відбувається із соняшником. Поглиблення переробки насіння олійних культур, розширення асортименту продукції та її використання в інших галузях промисловості;

- створення галузевої Асоціації (об'єднання) суб'єктів за спільними інтересами з метою підвищення ефективності функціонування ринку олійних культур. Співпраця під

єгідою Мінагропроду України та координація зусиль спеціалізованих асоціацій, таких як «Укроліапро», «Укрсоря»;

- забезпечення доступності кредитування аграрних підприємств через відновлення дієвої програми пільгового кредитування сільськогосподарського виробництва. Обсяги виділених бюджетом державних коштів на здешевлення кредитів у поточному році в розмірі 300 млн грн не відповідають реаліям аграрного ринку і запитам його суб'єктів.

Висновки

Конкурентоспроможність є важливою ознакою успіху продукції на аграрному ринку і головною ознакою ефективності. Продукція олійних культур має високий рівень рентабельності, користується стабільним попитом на внутрішньому і зовнішньому ринках, характеризується зростаючими цінними позиціями, тобто є конкурентоспроможною. Рівень конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур залежить від спектра ринкових і виробничих факторів. Урахування цих факторів впливу на конкурентоспроможність виробництва насіння

олійних культур і належна їх оцінка дадуть змогу суб'єктам господарювання запобігати можливим ризикам зниження прибутковості, формувати перспективні виробничі плани. Дослідження суб'єктного складу ринку олійних культур показало, що всі учасники ринку зацікавлені в збільшенні ємності ринку, нарощуванні його обсягів і зміцненні виробничого ланцюга. Питання підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння олійних культур полягає в нейтралізації впливу стримувальних факторів та збалансуванні інтересів суб'єктів ринку.

Бібліографія

1. *Кваша С.М.* Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому ринку/С.М. Кваша, Н.С. Голомша//Економіка АПК. — 2006. — № 5. — С. 99–104.
2. *Рябоконе В.П.* Управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств/В.П. Рябоконе, О.О. Кузубов//Там само. — 2015. — № 7. — С. 85–93.
3. *Костюк Л.А.* Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності/Л.А. Костюк//Зб. наук. пр. Таврійс. держ. агротехнол. ун-ту. Сер. «Економічні науки». — 2012. — Т. 6, № 2 (18). — С. 290–303.
4. *Заєць М.А.* Показники та критерії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства/М.А. Заєць, М.В. Рубанова//Труди Одеського политех. ун-та. — 2009. — Вып. 1 (31). — С. 221–224.
5. *Коломієць І.Ф.* Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації//Конкуренція. — 2007. — № 3. — С. 16–26.
6. *Замазій О.В.* Оптимальна структура капіталу підприємства як чинник його конкурентоспроможності/О.В. Замазій//Економіка і регіон. — 2013. — № 3 (40). — С. 110–111.
7. *Кваско А.В.* Конкурентоспроможність продукції як складова конкурентного потенціалу підприємства/А.В. Кваско, М.М. Лавренюк//Економічний аналіз: зб.

- наук. пр. Терноп. нац. економіч. ун-ту.: Економічна думка. — 2013. — Т. 14, № 3. — С. 29–34.
8. *Велігіна А.І.* Оцінка конкурентоспроможності м'яса на зовнішньому та внутрішньому ринках/А.І. Велігіна//Там само. — 2010. — Вып. 7. — С. 31–33.
9. *Кулишова Г.М.* Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві/Г.М. Кулишова//Економіка АПК. — 2008. — № 3. — С. 126–131.
10. *Устїк Т.В.* Підвищення конкурентоспроможності виробництва олійних культур сільськогосподарськими підприємствами/Т.В. Устїк//Вісн. Сумського нац. аграр. ун-ту. Сер. «Фінанси і кредит». — 2013. — № 1. — С. 166–168.
11. *Лопотан Л.В.* Порівняльна оцінка виробництва насіння соняшнику в Україні та Одеській області як складової сировинної бази олійно-жирового підкомплексу АПК/Л.В. Лопотан, А.В. Казанжі//Агросвіт. — 2015. — № 10. — С. 36–40.
12. *Місюк М.В.* Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення/М.В. Місюк//Економіка АПК. — 2007. — № 2. — С. 123–127.
13. *Porter M.E.* The Five Competitive Forces That Shape Strategy/M.E. Porter//Special Issue on HBS Centennial. — Harvard Business Review, January 2008. — P. 79–93.

Надійшла 10.04.2016.