

УДК 339.5

Зайченко В.В.,

канд. наук з держ.упр., доц. кафедри економіки праці та менеджменту

Немченко Т.Б.,

канд. філос. наук, доц. кафедри економіки праці та менеджменту

Кіровоградський національний технічний університет

Умови реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств аграрного сектору України

Незважаючи на велику кількість проблем, сільськогосподарські підприємства України все ж мають значний потенціал для розвитку. Так, за даними Державної служби статистики України, виробництво зернових і зернобобових культур у 2014 році зросло на 258 тис. т., або на 68% порівняно з 2005 роком; цукрових буряків (фабричних) – на 266 тис. т., або на 1,7%; соняшнику – на 5428 тис. т., або у 2,2 рази; картоплі – на 4231 тис. т., або на 21,7%; плодів та ягід – на 309 тис. т., або на 18,3% відповідно. У галузі тваринництва за цей період збільшилося виробництво: м'яса (у забійній масі) – на 763 тис. т., або на 47,8%, у т.ч. свинини – на 249 тис. т., або на 50,4%, м'яса птиці – на 668 тис. т., або у 2,3 рази; яєць – на 6541 млн. шт., або на 50,1%. При цьому виробництво яловичини й телятини знизилось на 149 тис. т., або на 26,5%, молока – на 2,6 млн. т., або на 19% та вовни – на 0,6 тис. т., або на 18,8% [1]. Попри в цілому позитивні досягнення сільськогосподарських підприємств, наявний ресурсний потенціал дає змогу не лише закріпити одержані результати, а й значно наростити виробництво якісної та безпечної сільськогосподарської продукції, підвищити експортний потенціал галузі.

Як відомо, на європейському аграрному ринку Україна займає доволі вагомі позиції. У структурі загального експорту до країн ЄС за останні два роки частка продукції рослинного походження становила в середньому 11,8%, жирів та олії тваринного або рослинного походження – 3,7%, готових харчових продуктів – 3,8%. А в структурі експорту продукції рослинного походження зернові культури і насіння та плоди олійних культур – відповідно 49,7% та 44,3%. Географічно торгівля України аграрною продукцією концентрується на ринках кількох країн – членів ЄС: Іспанія, Польща, Італія, Німеччина, Нідерланди, Франція й Бельгія формують 77,9% від загального обсягу торгівлі аграрною продукцією між Україною та ЄС [2, с. 49].

Як зазначають дослідники цієї проблематики, сучасна модель функціонування сільськогосподарського виробництва неспроможна забезпечити його подальший розвиток, реалізувати повною мірою той потужний природно-ресурсний потенціал, яким володіє галузь. Цьому заважає низка системних перешкод, які не вдалося подолати протягом тривалого періоду реформування сільськогосподарської галузі.

Загальновідомо, що посилення ролі України у світовому поділі праці є можливим лише за умови підвищення рівня її конкурентоспроможності на світових ринках. Отже, для реалізації експортної стратегії держави аграрні підприємства повинні приділяти значну увагу розробці та впровадженню стратегії розвитку конкурентних переваг, що дозволить значною мірою реалізувати їх експортний потенціал. Основною умовою, яку повинні створити аграрні підприємства для ефективного реалізації стратегії розвитку, є забезпечення внутрішньої та зовнішньої гнучкості. Забезпечення гнучкості підприємств аграрного сектору уможливується, як показує світовий досвід, за

рахунок: комплексної реструктуризації, що має передбачати формування адекватної сучасним умовам господарювання організаційної структури; ефективного управління стратегічними наборами зон господарювання; підвищення техніко-технологічного рівня якості кадрового потенціалу; оптимального використання інвестиційних можливостей. Це, так би мовити, базові передумови для реалізації експортного потенціалу аграрного сектору України.

Ще однією важливою передумовою реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств аграрного сектору України є використання в їх зовнішньоекономічній діяльності консолідованого маркетингу, оскільки в умовах нестабільного збуту саме консолідація маркетингових зусиль групи аграрних підприємств покликана вирішувати комплекс наступних об'єктивно назрілих взаємозалежних задач: пошук нових ринків, виділення й оцінювання цільових ринкових сегментів, формування та розвиток мережі збуту, реалізація активної комунікативної політики, аналіз конкурентів, пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств, гнучке ціноутворення, освоєння зовнішніх ринків. Окрім того слід враховувати що, основні функції консолідованого маркетингу – це колективне ведення переговорів про ціну й укладення угод від імені всіх виробників одного товару; виконання ролі єдиного агента зі збуту даного товару, що має широке повноваження у всіх аспектах маркетингу, включаючи володіння складськими приміщеннями, фінансування діяльності зі збору даних про ринок і ринкові дослідження; укладання угод про ринок і ринкові дослідження; укладання угод про об'єднання виробників для розв'язання проблем господарювання фермерів; регулювання виробництва та збуту; встановлення квот.

Вкрай необхідною умовою реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств аграрного сектору України є наявність системи економічної безпеки. Слід виділити наступні критерії оцінювання рівня економічної безпеки розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств: по-перше, це фінансовий стан підприємства, який можна розділити на критерій фінансової стійкості та критерій рентабельності; по-друге, у якості самостійного напрямку оцінки необхідно прийняти технічний стан та рух основних засобів підприємства; по-третє, це власне виробничий процес і використання технологій, адже інноваційна діяльність агропідприємств є тією необхідною висхідною умовою, без якої не можливий успіх у сфері зовнішньоекономічної діяльності в довгостроковій перспективі; по-четверте, оцінці підлягають трудові ресурси агропідприємств, їх кадрове поліпшення та ефективність управління.

Отже, для того щоб українські аграрні підприємства стали дійсно конкурентоспроможними на зовнішніх ринках необхідний комплекс рішень, які стосуються як їх внутрішнього розвитку, так і експортних можливостей. Важливим завданням, в цьому ключі, на нашу думку, є приведення українського законодавства щодо якості продукції у відповідність до європейських вимог, проведення сертифікації підприємств галузі, застосування стандартів якості та безпечності продукції згідно з міжнародними вимогами, що дасть змогу підвищити імідж і конкурентоспроможність аграрної продукції України на зовнішніх ринках.

Список літератури

1. Державний Комітет статистики України[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Непочатенко О.О., Пташник С.А., Непочатенко В.О. Аналіз конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств/ О.О.Непочатенко, С.А.Пташник, В.О.Непочатенко // Економіка АПК. – 2016. - №5. – с. 43-51.