

Модернізація аграрного сектору економіки України

СТИМУЛЮВАННЯ РОСТУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Школьний Олександр Олексійович

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Уманського національного університету садівництва

Fulbright Scholar Program, 2004–2005,
Pennsylvania State University

Анотація. Наявність конкурентних переваг у вітчизняних підприємств агропродовольчої сфери свідчить про необхідність розвитку регуляторних механізмів, спрямованих на посилення глобальних маркетингових позицій аграрних формувань. Сприяє ескалаци економічного потенціалу останніх може надання спеціалізованих консультативних послуг з експортною орієнтацією.

Ключові слова: експортний потенціал, сільськогосподарські підприємства, регуляторні механізми.

Abstract. The presence of competitive advantage in respect to the domestic agri-food firms testifies the necessity of development of regulatory mechanisms directed to support of global marketing positions of agricultural enterprises. The specialized consultative services with export orientation can assist in strengthening of external economic potential in respect to agrarian sphere.

Keywords: export potential, agricultural enterprises, regulatory mechanisms, export supporting agencies.

Загострення проблем, пов'язаних з глобальною фінансовою кризою, вимагає розроблення заходів щодо стимулювання експорту продукції сільськогосподарських підприємств. Тоді як більшість підприємств України знизила виробництво продукції, аграрні формування меншою мірою піддаються тиску чинників глобальної кризи.

Новим незалежним державам, які утворилися після розпаду Радянського Союзу, наразі не вдалося кардинально змінити структуру експорту, в якому все ще переважають сировинні товари. Порівняно з проблемами вітчизняного ринку питання міжнародного маркетингу та менеджменту є комплексними й набагато складнішими. Не-

спроможність суттєвого нарощування експорту частково пояснюється відсутністю навичок діяльності в умовах світового ринку.

Ескалація експортного потенціалу підприємств агропродовольчої сфери має вирішальне значення у зв'язку з можливостями збільшення валютних надходжень, а також необхідністю фінансування імпорту стратегічних ресурсів, розв'язання питань забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни, вирішення проблеми зменшення тиску зовнішньої заборгованості та створення нових робочих місць.

Утілення в життя принципів ефективного глобального менеджменту можливе за наявності відповідного економічного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств [3]. Серед факторів впливу на стратегію аграрних підприємств Ю. О. Коновалов відзначає забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції для існуючих і перспективних глобальних маркетингових ніш [1]. Пошук та ліквідація «вузьких місць» – важливе завдання управління [2], тому ескалація експортного потенціалу є ключовим завданням міжнародного менеджменту. В останніх публікаціях недостатньо уваги приділено основним засадам розвитку інфраструктури експортоорієнтованого виробництва. Метою дослідження є висвітлення питань стимулювання нарощування експорту продукції сільськогосподарськими підприємствами в умовах глобалізації.

Ринковий механізм може забезпечити оптимальний розподіл матеріальних благ. Однак вади першого проявляються в неспроможності ліквідувати прояви «зовнішніх ефектів». Окремі з останніх проявляються в умовах глобального ринку продовольства. З метою росту обсягів експорту спеціалізовані агенції можуть допомагати підприємницьким структурам у виробництві конкурентоспроможних на світовому ринку товарів і сприяти збільшенню обсягів експорту.

За умов впливу глобальних економічних чинників спостерігається поглиблення лібералізації зовнішньоекономічної сфери та зростаючий конкурентний тиск з боку зарубіжних суб'єктів підприємництва. Нарощування експортного потенціалу передбачає виробництво продовольства за новими технологіями та вихід на нові ринки, які до цього були недоступними. Перед виходом на нові глобальні ринкові сегменти підприємствам необхідно ідентифікувати сприятливі можливості й оцінити параметри цільових маркетингових ніш.

На нашу думку, необхідно залучити окремі галузі й нові виробничі потужності до експортної діяльності з метою відображення

проявів неідентифікованого попиту на міжнародному ринку. Часто доводиться пристосовувати існуючі виробничі потужності для виробництва нових видів продукції для відображення змін параметрів споживчого попиту. Необхідність дотримання стратегії диверсифікації пов'язана з тим, що обмежена номенклатура експортованої продукції АПК часто не генерує достатніх обсягів валютної виручки, особливо коли спостерігається зниження світових цін на окремі види продовольства.

Організації експортної інфраструктури можуть підтримувати діяльність аграрних формувань на глобальних маркетингових нішах за допомогою окремих послуг – починаючи із забезпечення інформацією щодо сприятливих можливостей на світовому ринку й закінчуючи спеціальною підтримкою з метою розроблення й утілення в життя регуляторних програм стимулювання збуту продукції за кордоном та зміцнення конкурентних позицій на експортних ринках.

Поряд зі збором інформації і здійсненням дослідження світового ринку вітчизняним підприємцям необхідна підтримка з боку спеціалізованих консультативних структур. Відсутність досконалої системи глобального менеджменту в аграрній сфері вимагає формування спеціалізованих фірм, які б надавали сільськогосподарським підприємствам разові й довгострокові послуги з міжнародного маркетингу (рис. 1).

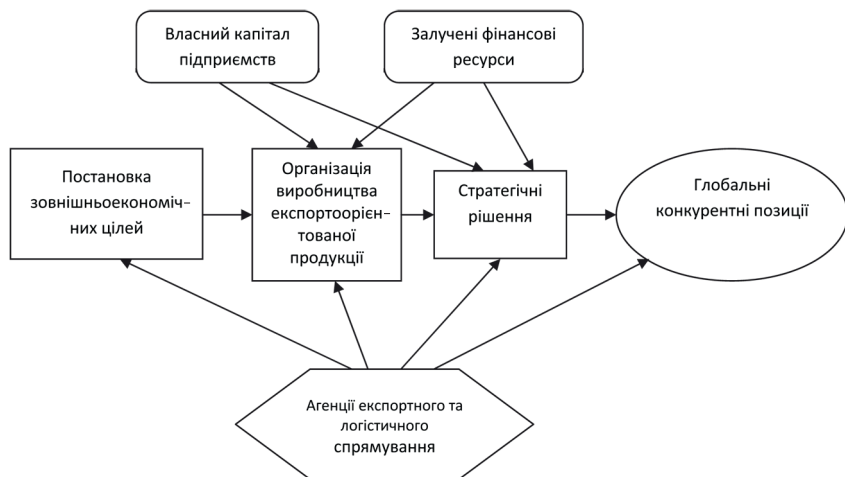


Рис. 1. Механізм забезпечення глобальних конкурентних позицій сільськогосподарських підприємств шляхом використання послуг спеціалізованих служб експортного й логістичного спрямування

Вважаємо, що до функцій зазначених служб слід віднести такі: забезпечення суб'єктів аграрного ринку інформацією щодо глобальної кон'юнктури, ідентифікація привабливих глобальних ринкових ніш, спрямування інвестиційних потоків у стратегічні експортоорієнтовані галузі, участь у заходах стимулювання збуту вітчизняного продовольства на зарубіжних ринках, координація дій вітчизняних підприємців на міжнародному ринку, програми з удосконалення навичок у міжнародному бізнесі, підтримка у здійсненні експортних процедур, налагодження досконалих зв'язків у межах глобальних ланцюгів постачання продукції, стратегічні альянси з глобальними логістичними мережами, а також наукові дослідження у сфері глобального продовольчого маркетингу.

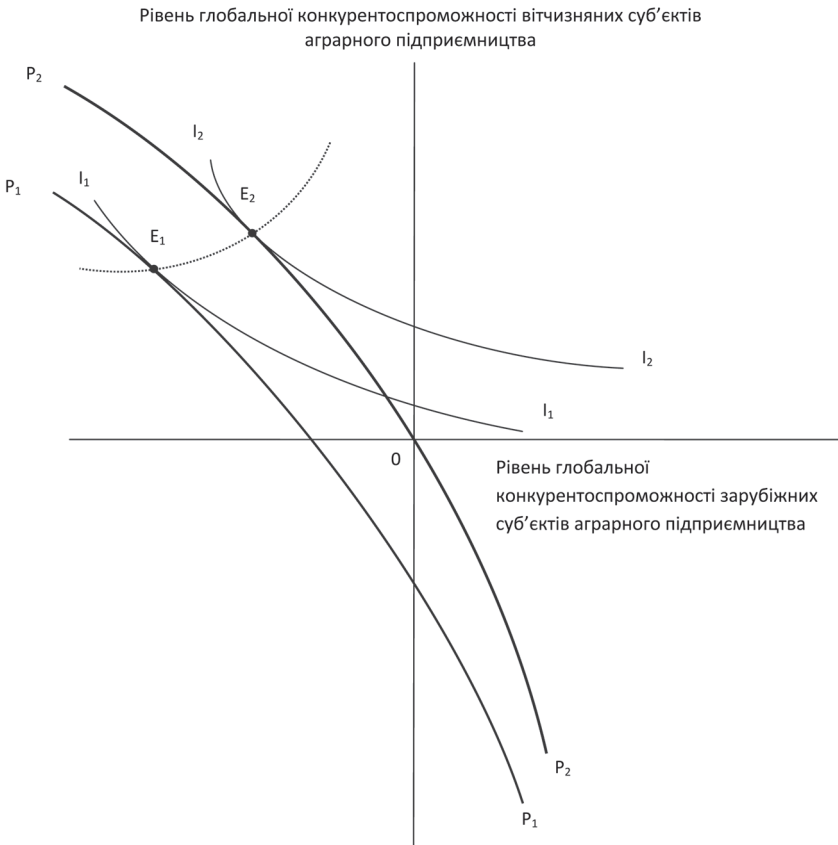


Рис. 2. Модель впливу сервісних служб експортного й логістичного спрямування на зміну рівня глобальної конкурентоспроможності суб'єктів аграрного підприємництва

У наведеній на рис. 2 моделі регуляторного впливу на рівень конкурентоспроможності суб'єктів аграрного підприємництва економічний рейтинг вітчизняних агенцій експортного та глобального логістичного спрямування є функцією рівня конкурентоспроможності заінтересованих груп ринкових агентів.

Конкурентний простір відображає карту ізо-регуляторних кривих (з кривими I_1, I_2) із відповідними конкурентними обмеженнями (P_1P_1 – початкові, P_2P_2 – кінцеві) за умов політичної рівноваги (E_1 – початкова, нестабільна; E_2 – кінцева). Оцінка ефективності сервісних служб з боку суб'єктів аграрного ринку залежить від досягнутого рівня глобальної конкурентоспроможності (враховуючи непродуктивні видатки на адміністрування) та забезпечення інституціональної підтримки. Можливості економічного впливу обмежені наявними фінансовими ресурсами та інертністю логістичної інфраструктури. Підвищення (зниження) рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції та продовольства має супроводжуватися ростом потенціалу ефективності трансфертних операцій і регуляторних заходів (переміщення з точки E_1 в точку рівноваги E_2 уздовж траєкторії, що відображає зовнішньоекономічні цілі, E_1E_2).

Основними чинниками успіху регіональних програм стимулювання експорту та розвитку експортних ринків можуть стати регуляторні заходи та відповідні економічні засоби. Зовнішньоторговельна політика має відображати інтереси національних товаровиробників і споживачів. Оптимальний розподіл продовольства між окремими маркетинговими сегментами може бути передумовою збільшення прибутків виробників продукції сільського господарства.

Експортери, які не консолідують свою присутність на зарубіжних ринках, зазвичай не мають необхідних обсягів ресурсів для здійснення заходів стимулювання збуту товарів на експорт. Інноваційні логістичні технології дозволяють забезпечити високий рівень конкуренції, точність і деталізацію ринкової інформації, а також доступ до ринків виробників і торгівців, які географічно віддалені й не мають достатньої маркетингової сили. Тому застосування агенціями експортного спрямування сучасних засобів логістики сприятиме зміцненню конкурентоспроможності вітчизняної агропродовольчої сфери.

Галузева структура та підприємницькі стратегії, які використовують економічні агенти, сприяють утіленню в життя стратегічних зовнішньоекономічних рішень. Слід зауважити, що останні можуть

суттєво йти в розріз із суспільними інтересами. Критерії ефективності зовнішньоекономічної політики є предметом дискусій серед економістів. Парето-ефективний розподіл пов'язаний з таким обміном матеріальних благ, при якому окремі економічні суб'єкти можуть збільшити рівень свого благополуччя, не знижуючи при цьому його для інших. Критерій Калдора передбачає перехід до такої ситуації, яка б дозволила першим компенсувати погіршення матеріального становища інших суб'єктів ринку.

Індикатором підвищення рівня глобальної конкурентоспроможності може бути ріст рівня ресурсовіддачі (або обсягу виробництва продукції) за галузями. В основі методологічних засад визначення конкурентних позицій підприємств можна використати сучасні принципи теорії конкурентних переваг. Якщо в даній галузі спостерігаються вищі темпи зростання рівня ресурсовіддачі (або обсягу виробництва продукції), ніж в інших галузях, то можна говорити про те, що перша зміцнює конкурентні позиції порівняно з іншими галузями.

Отже, стимулювання нарощування експортного потенціалу вітчизняних сільськогосподарських підприємств і підтримку їх конкурентних переваг на світовому ринку можуть забезпечити спеціалізовані агенції експортного й глобального логістичного спрямування, спроможні надавати інформацію стосовно кон'юнктури цільових маркетингових ніш, забезпечувати контроль за якістю продовольства й здійснювати регуляторні функції, формувати стратегічні альянси у логістичних мережах.

Література

1. Коновалов Ю. О. Особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств в сучасних умовах господарювання / Ю. О. Коновалов // Митна безпека. – 2013. – № 2. – С. 25–33.
2. Рябенко Л. І. Об'єктно-орієнтоване управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Л. І. Рябенко, Б. Б. Любич // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С. 190–195.
3. Топольницька Т. Б. Теоретичні засади організаційно-економічного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Т. Б. Топольницька // Інноваційна економіка. – 2013. – № 2. – С. 84–88.