

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКСПОРТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

О. О. Школьний, доктор економічних наук
Уманський національний університет садівництва

У статті висвітлено проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності в аграрному секторі економіки України в контексті диверсифікації експорту. Проаналізовано фактори, які мають негативних вплив на розвиток експортної діяльності. В контексті зміцнення глобальних конкурентних переваг запропоновано поєднання стратегій низьких витрат та диверсифікації.

Ключові слова: агропродовольчі товари, експорт, стратегія низьких витрат, стратегія диверсифікації, глобальні конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Необхідність забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу зумовлює потребу в розширенні пропозиції товарів, які користуються попитом на зовнішньому ринку та можуть гарантувати сталі глобальні конкурентні переваги. За умов низького рівні державної підтримки аграрний сектор економіки України збільшує свою питому частку на експортному ринку. Проте конкурентні дії учасників світового ринку вимагають удосконалення методів глобального стратегічного позиціонування шляхом залучення механізмів диверсифікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам розвитку експортної діяльності в аграрному секторі економіки присвячено значну кількість досліджень. Зокрема у наукових працях ці питання висвітили О. Антонюк, П. Антонюк, Д. Войчак, О. Головачова, О. Дейнеко, Н. Леманн, С. Маркова, О. Олійник, К. Павлов, К. Пугачевська, Н. Пустова, П. Скрипчук, К. Федина, Л. Фурдичко, Д. Херцер, А. Хорощенко, О. Шевченко та ін. Поряд з цим, невирішеною проблемою залишається розробка механізмів збільшення обсягів експорту продовольства за кількісними та вартісними параметрами за умов росту добробуту громадян країни.

Метою статті є аналіз експортної діяльності та визначення напрямів формування стратегії диверсифікації експорту агропродовольчих товарів.

Матеріали і методи. Системно-синергетичний підхід використано як теоретико-методологічну основу дослідження. Абстрактно-логічний та

емпіричний методи застосовувалися в процесі висвітлення проблем розробки стратегії диверсифікації експорту агропродовольчих товарів.

Результати досліджень. Економічно розвинені держави надають важливого значення експортній діяльності, на яку орієнтовані стратегічні ресурси. Розвиток конкурентоспроможного експортного потенціалу агропромислового комплексу значною мірою визначається використанням інтенсивних технологій та сучасних засобів виробництва [7, с. 259]. Наразі спостерігаються більш високі темпи росту питомої частки агропродовольчих товарів в експорті України, порівняно з загальносвітовим рівнем (рис. 1).

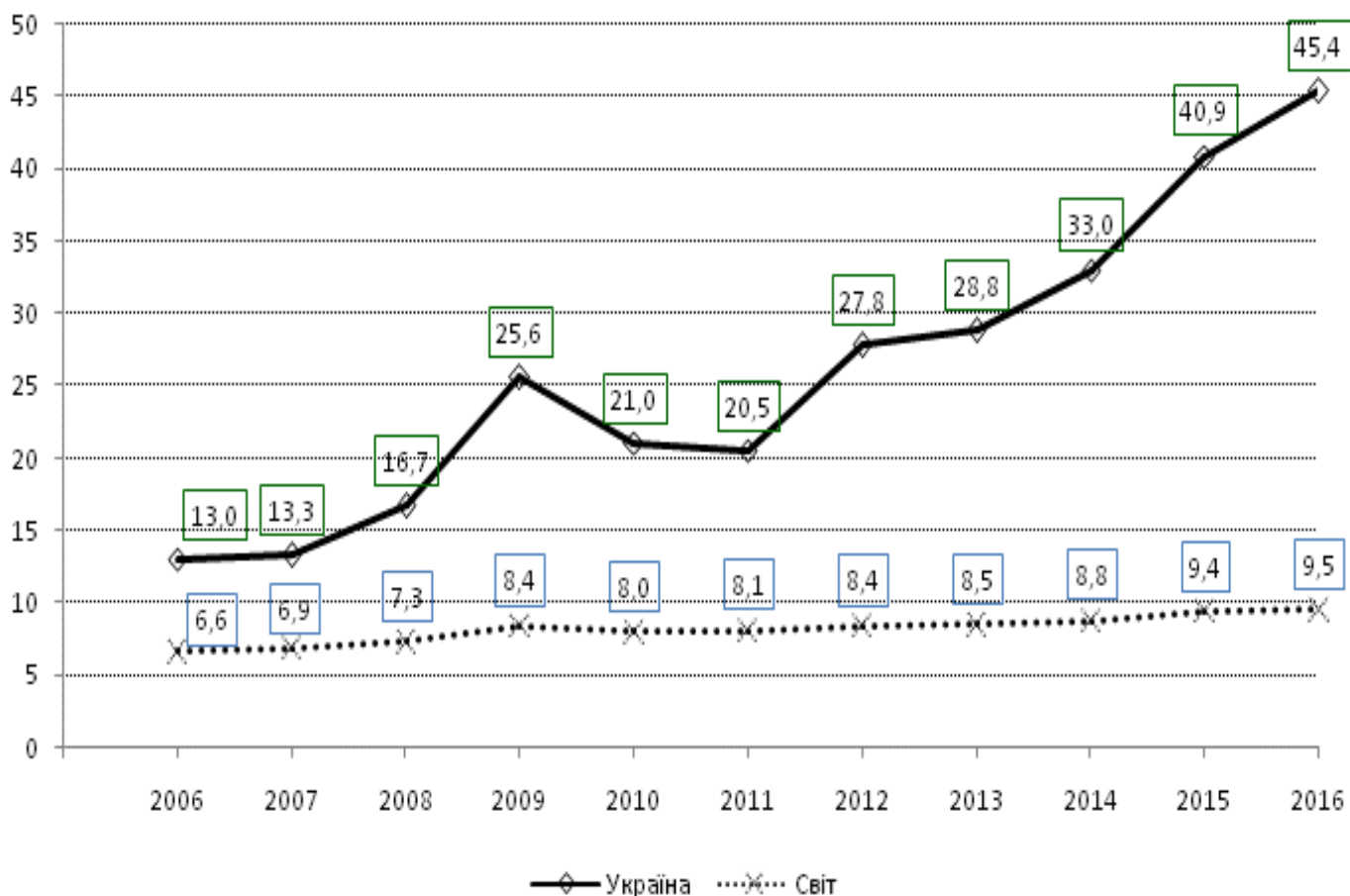


Рис. 1. Питома частка агропродовольчої продукції в експорті, у відсотках [11]

Динамічність кон'юнктури світового ринку зумовлює необхідність постійного її моніторингу, ідентифікації основних факторів та застосування методів стратегічного глобального позиціонування підприємствами аграрного сектору економіки країни. Важливими чинниками, які зумовлюють негативний вплив на рівень експорту, є коливання світових цін на продовольство; зростання обсягів реалізації сільськогосподарської продукції на внутрішньому ринку; вплив несприятливих погодних умов на обсяги виробництва агропродовольчих товарів; втрата ринків окремих країн СНД; необхідність залучення нових постачальників для підприємств через

припинення співпраці з компаніями вказаного угруповання; занепад інфраструктури агропромислового комплексу та зниження його ефективності; старіння основних засобів в аграрній сфері, низькі темпи інноваційного розвитку; вплив іноземних інвестицій внаслідок прояву кризових явищ в Україні [9, с. 88].

Серед факторів впливу на експортний потенціал підприємств можна виділити внутрішні (доступ до експортно-орієнтованих ресурсів; унікальність і специфіка продукції; розмір підприємства; досвід; персонал; технології; ціна продукції; експортні стратегії) та зовнішні чинники (політико-економічні процеси; доступ до глобальних ланцюгів постачання; параметри експортного ринку – потенціал попиту та кон'юнктура ринку; нормативно-правова база – митне тарифне та нетарифне регулювання; держане регулювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності) [6, с. 70].

Розглядаючи питання розвитку експорту агропродовольчої продукції, можна виділити торговельний, логістичний, інформаційний, інституціональний, фінансовий, інноваційний, екологічний та соціальний елементи глобальної інфраструктури агропродовольчого ринку [2, с. 48]. Державні регуляторні механізми необхідно спрямувати на вдосконалення структури експорту агропродовольчої продукції, зокрема на збільшення питомої частки готових харчових продуктів, в тому числі продукції тваринного походження [1, с. 30].

Факторні умови розвитку експортоорієнтованої діяльності аграрного сектора мають як ендогенний (кваліфікована робоча сила; сучасні інтенсивні технології виробництва; забезпечення фінансовими та сировинними ресурсами; інформаційний, інноваційний та інвестиційний потенціали; насиченість внутрішнього ринку; зовнішньоекономічна політика держави та політика імпортозаміщення; система підтримки та стимулювання експорту; участь у інтеграційних об'єднаннях; рівень розвитку нормативно-правової бази та її організація), так і екзогенний вплив (кон'юнктура світового ринку; ємність світового ринку; умови конкуренції; доступ до світової ринкової інфраструктури; політика міжнародних організацій та інтеграційних угруповань; міжнародна система принципів, норм та стандартів) [4, с. 57; 10]. Підвищення рівня глобальної конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України можливе за рахунок експортної диверсифікації, зокрема горизонтальної, вертикальної та комбінованої. Аналізуючи динаміку рівня коефіцієнта регіонально-географічної диверсифікації експорту, можна відзначити тенденцію зниження рівня вказаного показника, що вимагає залучення регуляторних механізмів (рис. 2).

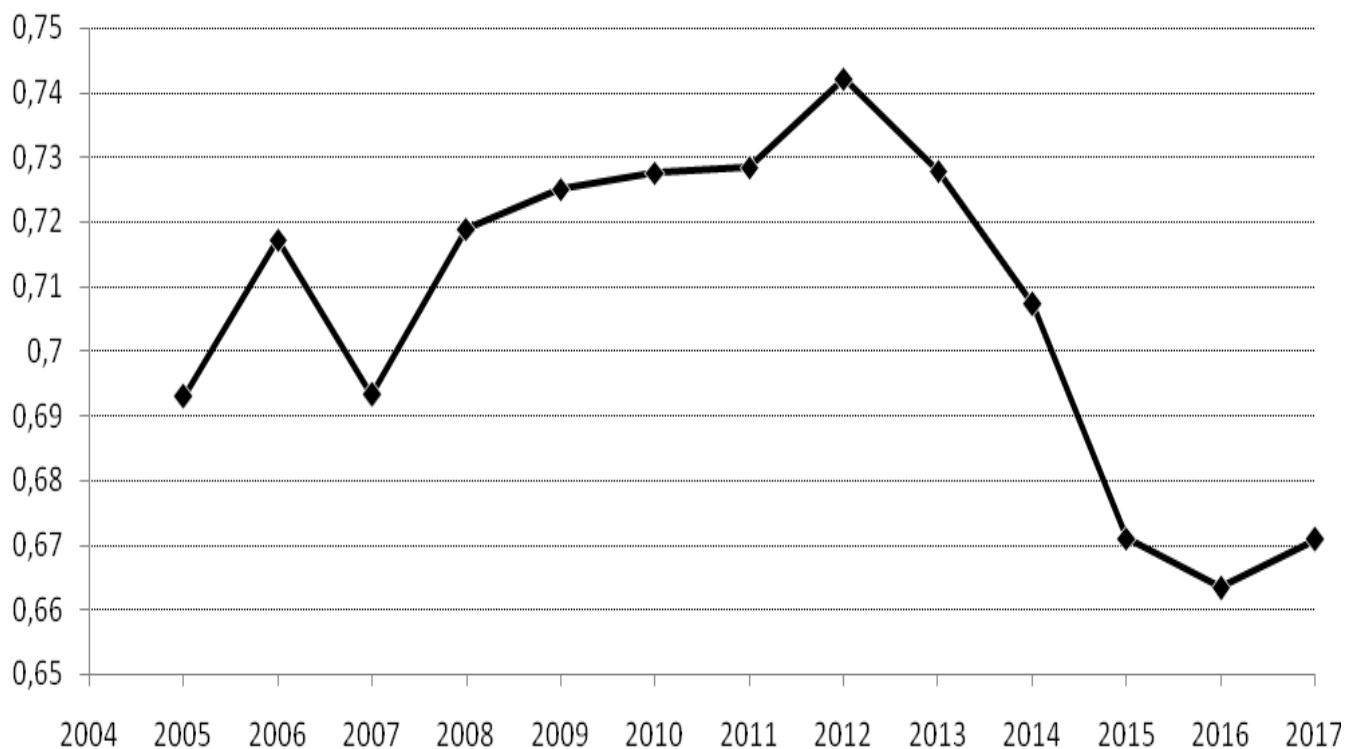


Рис. 2. Динаміка рівня коефіцієнта регіонально-географічної диверсифікації експорту в Україні*

*Примітка. * – розраховано автором за даними [5].*

Участь України в європейському ринку зумовлює необхідність оперативного пристосування до нових умов підприємницької діяльності, зокрема забезпечення якісних параметрів продукції згідно стандартів та врахування особливостей споживчого попиту [8]. Географічні зазначення відображають продукцію зі специфічним якісними характеристиками. Ідентичність таких товарів визначається їх географічним походженням і формується під впливом взаємодії соціально-економічних та технологічних чинників.

Природно-географічні фактори місцевості мають суттєвий вплив на властивості вирощеної сільськогосподарської продукції, що може бути використаним при формуванні стратегій експортної диверсифікації. Специфічні якісні атрибути товарів формуються завдяки територіальним особливостям, і це забезпечує можливість аграрним підприємствам здобувати глобальні конкурентні переваги. У Державному реєстрі України назв місць, походження та географічних зазначень походження товарів і прав на використання зареєстрованих кваліфікованих зазначень походження товарів міститься лише 42 найменування, що свідчить про недостатній рівень використання засобів маркетингового позиціонування. Розширення практики застосування географічних зазначень при здійсненні експортної діяльності

дозволить поглибити рівень диверсифікації експортно-орієнтованої продукції та сприятиме виходу на нові маркетингові сегменти світового ринку.

При формуванні механізмів регуляторної політики необхідно враховувати тенденції розвитку міжнародної торгівлі агропродовольчою продукцією, серед яких відзначаються такі: посилення рівня протекціонізму розвинених країн за одночасної лібералізації доступу до аграрних ринків інших країн; з метою гарантування умов продовольчої безпеки формування стратегій імпортозаміщення в аграрній сфері; посилення впливу транснаціональних компаній на кон'юнктуру світового ринку; поглиблення процесів вертикальної інтеграції в аграрному секторі економіки; зниження темпів росту зовнішньої торгівлі продовольством; структурні зміни у глобальній торгівлі продовольством [3, с. 31].

Спроможність аграрного сектору мати мультиплікативний вплив на розвиток потужностей інших галузей економіки вимагає перегляду нинішньої експортної політики країни (рис. 3). Адже сировина, яка експортується за кордон, повертається в нашу країну у вигляді товарів в вищому рівні доданої вартості.

Зерно, яке постачається за кордон, може бути використане для вітчизняного виробництва продукції тваринництва; нині значна кількість останньої імпортується. Крім того, науково-обґрунтовані норми споживання м'яса та молочних продуктів в Україні не витримуються. Регуляторні механізми аграрної політики повинні відображати інтереси вітчизняних суб'єктів аграрного підприємництва і бути зорієнтованими на формування ланцюгів вартості.

На рис. 3 по осі Y відображено рівень конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів підприємництва на експортних ринках за умов застосування стратегії низьких витрат, а X – рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємців за умов застосування стратегії диверсифікації. У моделі регуляторного впливу на рівень конкурентоспроможності суб'єктів аграрного підприємництва, наведеній на рис. 3, 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 рівноваги (E_1 – початкова; E_2 – кінцева, як наслідок впливу регуляторних механізмів). Можливості регуляторного впливу визначаються макроекономічними умовами, наявними економічними ресурсами, потужністю інфраструктури та прийнятими зобов'язаннями щодо протекціонізму відповідно до міжнародних угод.

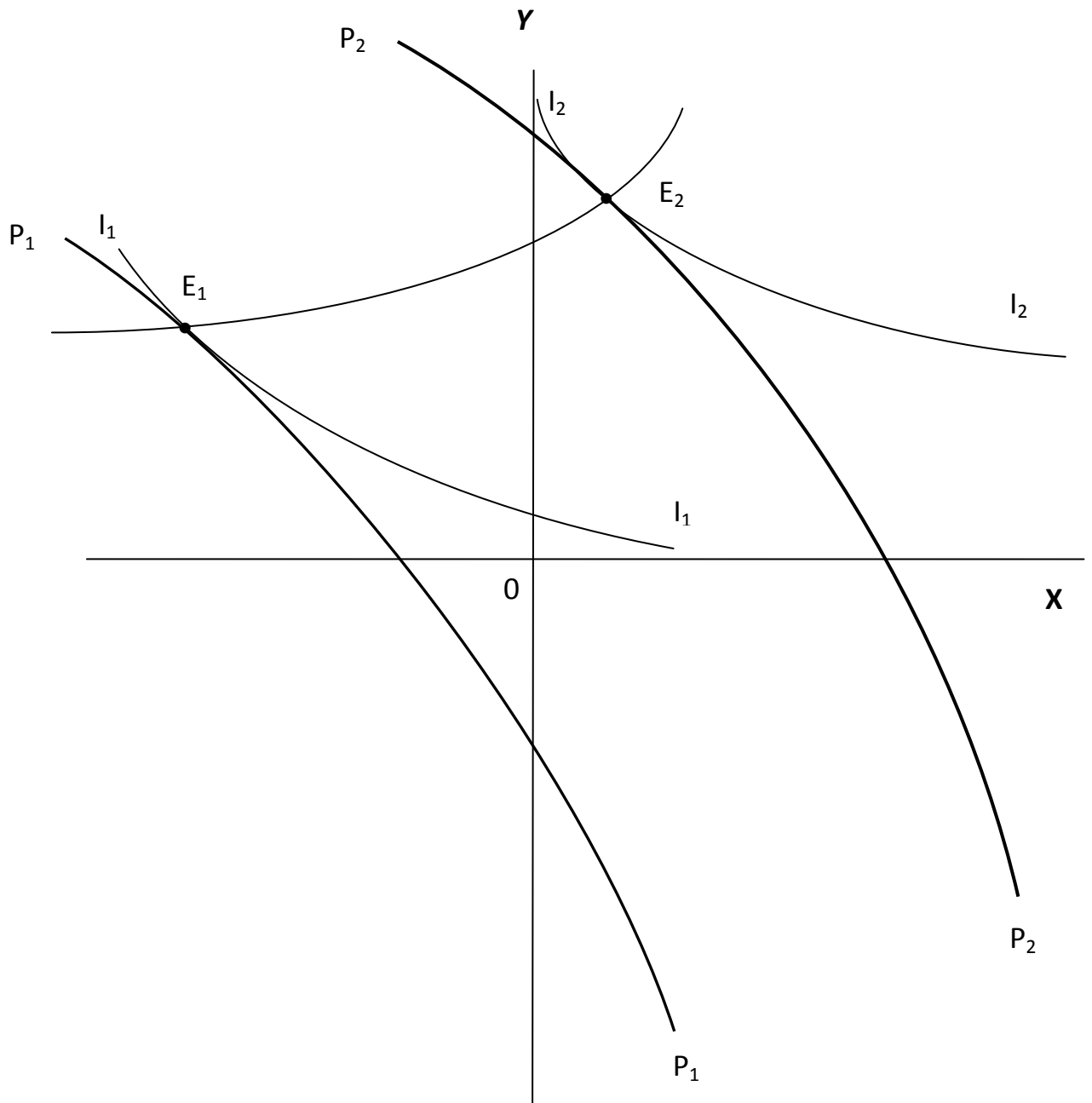


Рис. 3. Вплив регуляторних механізмів аграрної політики на підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів аграрного підприємництва на експортних ринках*

*Примітка. * – авторська розробка.*

Як наслідок застосування регуляторних заходів щодо підвищення питомої частки в експорті продукції з високою доданою вартістю, ріст рівня конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів підприємництва в експортній сфері відображено переміщенням з точки E_1 в точку рівноваги E_2 уздовж траєкторії, що відображає інтереси вітчизняних товаровиробників, а, отже, суспільні цілі (крива E_1E_2).

Висновки. Більш високі темпи росту питомої частки агропродовольчих товарів в експорті України, порівняно з загальносвітовим рівнем, свідчать про можливість підтримки глобальних конкурентних переваг вітчизняного аграрного сектору економіки. Поряд з цим, недосконала структура експорту вимагає залучення державних регуляторних механізмів з метою збільшення обсягів постачання на зовнішній ринок товарів з більшою питомою часткою доданої вартості, зокрема готових харчових продуктів, в тому числі продукції тваринного походження.

Тенденція зниження рівня коефіцієнта регіонально-географічної диверсифікації експорту визначає необхідність пошуку нових перспективних маркетингових ніш на світовому ринку. Підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів аграрного підприємництва на експортних ринках можливе за рахунок доповнення стратегії низьких витрат стратегією експортної диверсифікації.

Література

1. Антонюк О. П., Антонюк П. О. Аналіз структури експорту агропродовольчої продукції. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 3. С. 27–32.
2. Войчак Д. А. Модернізація інфраструктури експорту агропродовольчої продукції України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Випуск 14 (1). С. 46–50.
3. Головачова О. С., Пугачевська К. С. Детермінанти регуляторної політики у сфері експорту агропродовольчої продукції. *Економіка та держава*. 2017. № 11. С. 29–33.
4. Дейнеко О. Т. Визначення пріоритетних товарних груп та зовнішніх ринків для державної підтримки агропродовольчого виробництва та експорт. *Економічний вісник університету*. 2017. Випуск 34 (1). С. 56–61.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.02.2018)
6. Маркова С. В., Шевченко О. М., Олійник О. М. Механізм формування експортного потенціалу підприємств агробізнесу в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Випуск 19. С. 70–74.
7. Пустова Н. О. Експортний потенціал агропромислового комплексу України в контексті сучасних інтеграційних умов. *Економічні інновації*. 2017. Випуск 64. С. 256–260.
8. Скрипчук П. М., Федина К. М., Павлов К. В. Наукові аспекти експортно-імпортних операцій агропромислового комплексу України. *Збалансоване природокористування*. 2018. № 1. С. 76–82.

9. Фурдичко Л. Є., Хорощенко А. В. Проблеми та перспективи експорту продукції агропромислового комплексу України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Випуск 3. С. 87–91.
10. Herzer, D., and Lehmann, N. (2006). What does export diversification do for a growth? An econometric analysis. *Applied Economics*. 2006. Випуск 38 (15). P. 1825–1838.
11. UN Comtrade Database [Електронний ресурс]: офіційний сайт. URL: <https://comtrade.un.org/> (дата звернення: 20.02.2018)

References

1. Antoniuk, O. P., Antoniuk, P. O. (2014). Analysis of agri-food products' export structure. *Food Industry Economics*, 2014, no. 3, pp. 27–32 (in Ukrainian).
2. Voichak, D. A. (2017). Modernization of infrastructure of the agrofood market in Ukraine. *Scientific Herald of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*, 2017, vol. 14 (1), pp. 46–50 (in Ukrainian).
3. Golovachova, O., Pugachevska, K. (2017). Determinants of regulatory policy in the sphere of agricultural products export. *Economy and state*, 2017, no. 11, pp. 29–33 (in Ukrainian).
4. Deineko, O. T. (2017). Determination of products and external markets prioritized for the government support of agri-food export and production. *University Economic Bulletin*, 2017, vol. 34 (1), pp. 56–61 (in Ukrainian).
5. State Statistics Service of Ukraine (2018). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian).
6. Markova, S. V., Shevchenko, O. M., Oliinyk, O. M. (2016). Export potential formation mechanism of agricultural enterprises in conditions of European integration. *International Humanitarian University Herald. Series: Economics and Management*, 2016, vol. 19, pp. 70–74 (in Ukrainian).
7. Pustova, N. O. (2017). Export potential of the agro-industrial complex of Ukraine within the context of current integration environment. *Economic Innovations*, 2017, vol. 64, pp. 256–260 (in Ukrainian).
8. Skrypchuk, P. M., Fedyna, K. M., Pavlov, K. V. (2018). Scientific aspects of export-import operations of agroindustrial complex of Ukraine. *Balanced Nature Using*, 2018, no. 1, pp. 76–82 (in Ukrainian).
9. Furdychko, L., Khoroschenko, A. (2016). Problems and prospects of exporting agricultural products in Ukraine. *Socio-Economic Problems of The Modern Period Of Ukraine*, 2016, vol. 3, pp. 87–91 (in Ukrainian).
10. Herzer, D., Lehmann, N. (2006). What does export diversification do for a growth? An econometric analysis. *Applied Economics*, 2006, vol. 38 (15), pp. 1825–1838 (in English).
11. UN Comtrade Database (2018). Available at: <https://comtrade.un.org/> (in English).

Школьный А. А.

Формирование стратегии диверсификации экспорта агропродовольственных товаров

Необходимость обеспечения положительного сальдо платежного баланса обуславливает потребность в расширении предложения товаров, которые пользуются спросом на внешнем рынке и могут гарантировать устойчивые глобальные конкурентные преимущества. В условиях низкого уровня государственной поддержки аграрный сектор Украины увеличивает свой удельный вес на экспортных рынках (в 2016 он достиг 45,4 %). Однако конкурентные действия участников мирового рынка требуют совершенствования методов глобального стратегического позиционирования путем привлечения механизмов диверсификации.

Целью статьи является анализ экспортной деятельности и определение направлений формирования стратегии диверсификации относительно экспорта агропродовольственных товаров.

Системно-синергетический подход использован как теоретико-методологическая основа исследования. Абстрактно-логический и эмпирический методы применялись в процессе освещения проблем разработки стратегии диверсификации относительно экспорта агропродовольственных товаров.

На основе результатов исследования сделан вывод о более высоких темпах роста удельного веса агропродовольственных товаров в экспорте Украины по сравнению с общемировым уровнем. Экономически развитые страны уделяют значительное внимание экспортной деятельности, которую поддерживают стратегические ресурсы. Среди факторов влияния на экспортный потенциал предприятий можно выделить внутренние и внешние факторы. Динамичность конъюнктуры мирового рынка обуславливает необходимость постоянного ее мониторинга, выделения основных факторов и применения методов стратегического глобального позиционирования предприятиями аграрного сектора экономики страны.

Повышение уровня глобальной конкурентоспособности аграрной сферы в Украине возможно за счет экспортной диверсификации, в частности горизонтальной, вертикальной и комбинированной. Анализируя динамику уровня коэффициента регионально-географической диверсификации экспорта, можно отметить тенденцию снижения уровня указанного показателя, что требует привлечения регуляторных механизмов.

Участие Украины в европейском рынке вызывает необходимость оперативного приспособления к новым условиям предпринимательской деятельности, в частности обеспечения качественных параметров продукции в соответствии со стандартами и учета особенностей потребительского спроса. Наименования мест происхождения товаров отражают продукцию со специфическими качественными характеристиками. Идентичность таких товаров определяется их географическим происхождением и формируется под влиянием взаимодействия социально-экономических и технологических факторов.

Расширение практики применения географических указаний при осуществлении экспортной деятельности позволит повысить уровень диверсификации экспортно-ориентированной продукции и будет способствовать выходу на новые маркетинговые сегменты мирового рынка.

По результатам исследования сделаны выводы о необходимости отражения интересов отечественных субъектов аграрного предпринимательства в регуляторных механизмах аграрной политики и создания условий для формирования цепей стоимости.

Повышение уровня конкурентоспособности субъектов аграрного предпринимательства на экспортных рынках возможно за счет дополнения стратегии низких издержек стратегией экспортной диверсификации.

Ключевые слова: *агропродовольственные товары, экспорт, стратегия низких издержек, стратегия диверсификации, глобальные конкурентные преимущества.*

Annotation

Shkolnyi O.O.

Developing export diversification strategy for agri-food products

The need in supporting a positive balance of payments necessitates the expansion of the supply of goods that are in the demand on the external markets and can guarantee global competitive advantage. Under conditions of low level of government support, the agrarian sector of Ukraine increases its share in the export markets (in 2016 it reached 45.4%). However, competitive actions of the participants of the world market require the improvements in methods of global strategic positioning by attracting mechanisms of diversification.

The purpose of the article is to analyze export activities and determine the directions for the formation of a strategy for diversifying exports of agri-food products.

The systems and synergetic approach is used as a theoretical and methodological basis for the research. Abstract, logical and empirical methods were used in the process of highlighting the problems of developing strategies for diversifying exports of agri-food products.

Based on the results of the study, it was concluded that the share of agri-food products in Ukraine's exports is higher than the average of the global market. The developed countries attach great importance to export activities supported by strategic resources. Among the factors influencing the export potential of enterprises can be identified internal and external factors. Under the dynamism of the world markets it is necessary to constantly monitor it, highlight the main factors and apply methods of strategic global positioning by enterprises of the agrarian sector of the country's economy.

Increasing the level of global competitiveness of the agrarian sphere of the Ukrainian economy is possible due to export diversification, in particular, horizontal, vertical and combined. On the basis of analyzing the dynamics of the level of the regional and geographical export diversification coefficient, the tendency of a decrease in the level of this indicator can be identified which necessitates the involvement of regulatory mechanisms.

Participation of Ukraine in the European market makes it necessary to adapt quickly to the new business conditions, in particular, ensuring quality parameters of products in accordance with standards and taking into account the characteristics of consumer demand. Geographical indications reflect products with specific qualitative characteristics. The identification of such goods is determined by their geographical origin and is formed under the influence of interaction of socio-economic and technological factors.

Expanding the practice of applying geographical indications in the export activities will help to increase the level of diversification of export-oriented products and to ensure the entrance to new marketing segments of the world market.

According to the results of the study, it is necessary to reflect the interests of domestic agrarian entrepreneurs in the regulatory mechanisms of agrarian policy and provide necessary conditions for creating value chains. The increasing level of competitiveness for entrepreneurs in agrarian business on export markets is possible due to combining the low-cost strategy with the export diversification strategy.

Keywords: *agri-food goods, export, low cost strategy, diversification strategy, global competitive advantage.*