

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.11.105](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.105)

УДК 330.35

*А. О. Сітковська,
к. е. н., доцент, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
І. І. Дзіргун,
магістр, Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*A. Sitkovska
Ph.D., assistant professor, Dnepro State Agrarian and Economic University
I. Dzirgun
master student, Dnepro State Agrarian and Economic University*

PROVISION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF AGROINDUSTRIAL ENTERPRISES

Досліджено мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища, що обумовлює необхідність постійного забезпечення конкурентних переваг агропромислових підприємств. Вирішення цього питання досягається з урахуванням максимально можливої кількості факторів, які впливають на конкурентні переваги і врахування їх тенденцій розвитку в довгостроковій перспективі. До основних факторів, які враховують підприємства належать сезонність аграрного виробництва, паритет цін на продукцію сільського господарства та промисловості, кредитування, державна політика, розвиток ринкової інфраструктури, платоспроможний попит, якість сировини тощо. В статті з метою забезпечення конкурентних переваг агропромислових підприємств запропоновані заходи, які сприятимуть усуненню невідповідності між існуючими якісними властивостями продукції підприємства і тими, що забезпечують найвищу корисність з точки зору споживчого попиту. Враховувати рівень насиченості ринку і нарощувати високого рівня продажу за допомогою інформаційної підтримки продукції.

The variability of the external and internal environment is investigated, which necessitates constant maintenance of competitive advantages of agroindustrial enterprises. The solution to this issue is achieved taking into account the maximum number of factors that influence the competitive advantages and take into account their development trends in the long run. The competitive advantage is comparative, and therefore relative, and not absolute, because it can only be assessed by comparing characteristics that affect the economic efficiency of economic activity. It is a dynamic category, which at each particular time interval is different from the previous value. The main factors that take into account enterprises include seasonality of agrarian production, parity of prices for agricultural products and industry, lending, state policy, market infrastructure development, solvent demand, quality of raw materials, etc. The sequence of solving these problems should take into account, first, the introduction of optimal placement of production; secondly, the development and use of a methodology for attracting loans to the industry, in terms of overall

government effectiveness of the consequences of their use, using foreign lending experience; thirdly, increasing the efficiency of state regulators and developing market infrastructure to reduce the impact of informal institutions on the market price of products. In connection with this, there is a need to create a model for the development of key business spheres through the use of internal marketing tools that are capable of providing a stable competitive advantage to the company in the long run, in conditions of high degree of uncertainty of the environment in all trends of the latter's development. In the article, in order to provide competitive advantages of agro-industrial enterprises, measures are proposed to eliminate the discrepancy between the existing qualitative properties of the enterprise's products and those that provide the highest utility in terms of consumer demand. Take into account the level of market saturation and increase the high level of sales through information support products.

Ключові слова: конкурентні переваги, агропромислові підприємства, стратегія, розвиток, виробництво.

Key words: competitive advantages, agribusiness, strategy, development, production.

Постановка проблеми. В сучасних темпах розвитку економіки агропромислові підприємства повинні приділяти максимальну увагу дослідженню рівня своєї конкурентоспроможності, бути максимально гнучкими та реагувати на зміни умов їх функціонування, концентруватися на досягненні максимального рівня конкурентних переваг на будь-якому ринку. Досягти цього можливо за рахунок створення міцної, науково обгрунтованої системи управління конкурентними перевагами підприємства, яка повинна забезпечувати автоматизоване управління будь-якою ланкою діяльності підприємства та прогнозувати можливі зміни зовнішнього та внутрішнього середовища задля максимально швидкого реагування на ці зміни. Впровадження таких систем на вітчизняних агропромислових підприємствах забезпечать ним переваги перед конкурентами як на вітчизняних ринках так і на світових. Важливість цих проблем ставлять ці дослідження в ряд таких, що потребують першочергового вирішення.

Аналіз основних досліджень.

В економічній літературі приділяється значна увага проблемам забезпечення конкурентних переваг підприємств. Вагомий науковий внесок у розвиток теорії і практики даного питання зробили відомі зарубіжні й вітчизняні вчені, зокрема Г. Азоєв, С. Анохін, О. Арєф'єв, І. Білий, І. Бланк, Ю. Брігхем, В. Василенко, О. Виханський, В. Іванов, С. Козловський, Л. Костирко, С. Покропивний, М. Портер, Р. Солоу, А. Томпсон, Й. Шумпетер, А. Юданов та ін. Проте, недостатньо дослідженими залишаються питання системного підходу до забезпечення конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств.

Мета роботи дослідження підходів до забезпечення конкурентних переваг агропромислових підприємств, визначення проблем їх розвитку та шляхів їх подолання.

Результати дослідження. Проблема забезпечення конкурентних переваг завжди будуть приділяти особливу увагу підприємства, які функціонують в ринковій економіці. Нині здатність формувати конкурентні переваги, враховуючі процеси глобалізації в світовій економічній системі, а головне – досягати їх стійкості у динамічному та висококонкурентному середовищі є головним завданням агропромислових підприємств. Досліджуючи питання забезпечення конкурентних переваг цікавою є думка вчених, що “основною функцією конкурентних переваг є обгрунтування організаційно-економічних засобів забезпечення конкурентоспроможності у стратегічній перспективі” [1]. Інші вважають, що для підприємства існують три основні шляхи здобуття конкурентних переваг: стати кращим самому, послабити конкурентів або змінити ринкове середовище. У першому випадку підприємство застосовує сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності (наприклад, поліпшення якості продукції, зниження її собівартості). У другому випадку – діяльність компанії спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. У випадку неможливості використання двох перших шляхів або їх вичерпаності компанії часто намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують [3].

У сучасній економічній літературі “конкурентні переваги часто ототожнюються з можливостями підприємства більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, тобто його конкурентоспроможністю”, але “конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг” [2]. Проте наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичної переваги. Лише в комплексі вони можуть впливати на вибір оптимального рішення. Водночас слід враховувати вплив на них стратегічних та тактичних змін на ринку, не пов'язаних з діяльністю підприємства (зміна попиту, демографічні зрушення, природні явища тощо.).

Конкурентна перевага є порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічну ефективність господарської діяльності. Вона є динамічною категорією, яка в кожний конкретний проміжок часу має відмінну від попередньої величини.

В нинішніх умовах в країні постає нагальна проблема у формуванні продовольчої безпеки та забезпеченні населення в продуктах харчування при достатньо мінімальній платоспроможності останнього. В такій ситуації головним завданням перед аграрним сектором постає досягнення ефективності функціонування вузькоспеціалізованих галузей з високою інтенсифікацією процесу виробництва продукції, що можливе за рахунок врахування максимальної кількості ризиків, наприклад, дефіцит фінансових ресурсів у реальному секторі економіки, порушення еквівалентності обмінно-розподільних відносин з іншими галузями народного господарства, неадаптованість існуючої системи кредитування агропромислових підприємств, значне скорочення державної підтримки та інші. Враховуючи це в господарській практиці можливо забезпечити їх конкурентні переваги й ефективніше використовувати ресурси, залучати висококваліфікований персонал, агроінновації, досягнення сучасного менеджменту.

Забезпеченню конкурентоспроможних переваг сприятиме врахування сезонності аграрного виробництва і як наслідок обумовлена нерівномірність виробничих витрат і надходження виручки. Ситуація загострюється порушенням паритету цін на продукцію сільського господарства й промисловості. Негативні наслідки найчастіше проявляються від дій природних монополій, а також переробних, постачальницьких і торгуючих організацій [6].

Послідовність вирішення зазначених проблем має враховувати по-перше, впровадження використання оптимального розміщення виробництва продукції; по-друге, розробку і використання методології залучення кредитів у галузь, з точки зору загальної державної ефективності наслідків їх використання, використовуючі іноземний досвід кредитування; по-третє, збільшення ефективності державних регуляторів і розвиток ринкової інфраструктури для зменшення впливу неформальних інститутів на ринкову ціну продукції.

Забезпечення конкурентних переваг агропромислового підприємства в довгостроковій перспективі потребує удосконалення механізму формування та реалізації стратегії їх досягнення з урахуванням умов бізнес-середовища та індивідуальності кожного учасника господарської діяльності. Водночас, поряд із їх оцінкою слід здійснювати аналіз попиту на продукцію агропереробних підприємств, визначаючи при цьому кількісні параметри впливу окремих факторів на обсяги споживання населенням агропромислової продукції. Одним із головних факторів зміни попиту є рівень доходів. Серед усіх видів доходів в умовах ринкової економіки найважливішим, є рівень заробітної плати, який на сьогодні є дуже низьким. Як відомо попит на агропромислову продукцію є нееластичним, що свідчить про те, що населення країни вважає зазначений вид продовольства незамінним у харчуванні. За ситуації, коли попит, наприклад, на м'ясо є нееластичним за ціною, а його зростання забезпечується за рахунок споживачів із низькими доходами, надзвичайно гостро постає проблема встановлення справедливих (конкурентних) цін на зазначену продукцію [8].

У групі ресурсних факторів найбільш важливим є доступ до якісної та дешевої сировини. Збільшення потреби в сировині визначається зростанням виробництва ковбасних виробів та напівфабрикатів. В період нестабільності та посилення конкуренції з боку іноземних виробників, рівень використання виробничих потужностей діючих агропромислових підприємств є досить низьким [4]. Вагомим фактором забезпечення конкурентних переваг даних підприємств є близькість до місць концентрованого платіжного попиту, належна організація збуту й фінансового обігу.

В умовах насичення ринку продукцією агропромислових підприємств ускладнюється збут і виникає дефіцит фінансових коштів для повного завантаження переробних потужностей [7]. Саме даний напрямок є найбільш перспективний у стратегічному плануванні конкурентних переваг. У зв'язку з цим виникає необхідність створення моделі розвитку ключових сфер підприємств за рахунок використання засобів внутрішнього маркетингу, здатних в умовах високого ступеня невизначеності зовнішнього середовища за будь-яких тенденцій розвитку останнього забезпечити стійку конкурентну перевагу підприємству в довгостроковій перспективі.

З метою забезпечення конкурентних переваг агропромислових підприємств необхідно сформувати виробництво і переробку продукції, таким чином, щоб усунути невідповідність між існуючими якісними властивостями продукції підприємства і тими, що забезпечують найвищу корисність з точки зору споживчого попиту [5]. Послідовність даного процесу складається із наступних етапів:

1. Визначення передумов розвитку виробничого потенціалу підприємства (інформаційна, кадрова, організаційна і фінансова складова).
2. Формування перспектив розвитку. Визначення цільових ринків підприємства.
3. Визначення існуючих ключових сфер і споживчих переваг продукції підприємства.
4. Оцінка потенціалу внутрішнього маркетингу та формування його засобами програми розвитку ключових сфер агропромислового підприємства.
5. Реалізація програми розвитку ключових сфер агропромислового підприємства, яка включає в себе наступні кроки: формування переліку основних дій, розробка заходів та їх послідовність і взаємозалежність виконання; оцінка факторів зовнішнього середовища; формування цілей програми.
6. Виявлення причин і коригування програми. Після реалізації розробленої стратегії відбувається оцінка її результатів на відповідність поставленим цілям. Сучасний рівень насиченості ринку не дозволяє досягти високого рівня продажу без інформаційної підтримки власної продукції. Навіть найкращий товар з хорошими характеристиками не матиме високого рівня конкурентоспроможності без попередньої підготовки споживачів.

Висновки. Отже, проблемними питаннями щодо причин низької ефективності стратегій розвитку вітчизняних агропромислових підприємств є низька оперативність розробки (корегування) стратегій і стратегічних планів, що пов'язане з відсутністю автоматизованої системи підготовки й передачі інформації, нестача і недостовірність управлінської інформації, тривалість процедури узгодження стратегій і планів, що є наслідком відокремленості функціональних підрозділів, які беруть участь у процесі розробки стратегій і планування; постійне корегування стратегій і планів залежно від забезпечення їх реалізації необхідними фінансовими і матеріальними ресурсами, а не лише ринкової кон'юнктури.

Основою успішної діяльності агропромислових підприємств, які виступають власниками брендів, є формування груп лояльних споживачів, готових придбати продукт у довгостроковому періоді. Досягти цього можна лише за умов здійснення грамотної комунікаційної політики. Сучасний рівень насиченості ринку не дозволяє досягти високого рівня продажу без інформаційної підтримки власної продукції, оскільки навіть найкращий товар з хорошими характеристиками не може володіти достатнім рівнем конкурентних переваг без попередньої підготовки споживачів.

Література.

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Тип. «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2015 р. – 654 с.
3. Березіна Л.М. Особливості сільськогосподарського виробництва: вплив на ефективність функціонування підприємств галузі / Л.М. Березіна // Культура народів Причорномор'я, 2013. — № 258. — С. 21-24.
4. Вініченко І.І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоздатності / І.І. Вініченко // Агросвіт. - 2012. - №8. - С. 3-6.
5. Гуторова І.В. Використання рейтингових оцінок для аналізу конкурентоздатності сільськогосподарських підприємств / І.В. Гуторова // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – 2010. – № 6/1 (41). – С. 80-85.
6. Зозульов О.В. Про посилення конкурентних переваг підприємства / О.В. Зозульов // Економіка підприємства. – 2003. – №8. – С. 33–38.
7. Малік М.Й. Конкурентоздатність аграрних підприємств: методологія і механізми: Монографія. М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: ННЦУІАЕ, 2007. – 270 с.
8. Ульянченко О.В. Формування та використання ресурсного потенціалу в аграрному секторі / О.В. Ульянченко: монографія. – Х., 2006. – 357 с.

References.

1. Azoev, G.L. and Chelenkov, A.P. (2000), *Konkurentnye preimushhestva firmy* [Competitive advantages of the company], «NOVOSTI», Moscow, Russia.
2. Andriychuk, V.H. (2015), *Ekonomika pidprijemstv ahropromyslovoho kompleksu* [Economics of enterprises of the agro-industrial complex], KNEU, Kyiv, Ukraine.
3. Berezina, L.M. (2013), “Peculiarities of agricultural production: influence on the efficiency of the sector's enterprises”, *Kul'tura narodov Prychernomor'ia*, vol. 258, pp. 21–24.
4. Vinichenko, I.I. (2012), “Evolution of Approaches in the Research of Competitiveness”, *Ahrosvit*, vol. 8, pp. 3–6.
5. Hutorova, I.V. (2010), “Use of rating assessments for the analysis of competitiveness of agricultural enterprises”, *Visnyk SNAU. Seriiia «Ekonomika ta menezhment*, vol. 6/1 (41), pp. 80–85.
6. Zozul'ov, O.V. (2003), “About strengthening of competitive advantages of the enterprise”, *Ekonomika pidprijemstva*, vol. 8, pp. 33–38.
7. Malik, M.J. and Nuzhna, O.A. (2007), *Konkurentozdatnist' ahrarnykh pidprijemstv: metodolohiia i mekhanizmy* [Competitiveness of agrarian enterprises: methodology and mechanisms], NNTsUIAE, Kyiv, Ukraine.
8. Ul'ianchenko, O.V. (2006), *Formuvannia ta vykorystannia resursnoho potentsialu v ahrarnomu sektori* [Formation and use of resource potential in the agrarian sector], Kharkiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2018 р.