

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com. ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 12, 2019 | 27.12.2019 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.12.77](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.77)

УДК 330.35

*А. О. Сітківська,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ORCID: 0000-0003-1892-6314*

*В. В. Гусак,
магістр, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
ORCID: 0000-0002-8641-1171*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*A. O. Sitkovska
Ph.D., Associate Professor of Economics Department
V. V. Gusak
M.Sc., Dnipro State University of Agriculture and Economics, Dnipro*

FEATURES OF COMPETITIVENESS COMPETITION FORMATION

У статті висвітлено особливості формування конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах, компоненти якого варіюється в залежності від галузевої специфіки ринку. Обґрунтовано вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на функціонування товаровиробників на різних сегментах ринку, що формують нові різновиди конкурентних відносин та ускладнюють конкурентну структуру ринку молока та молочних продуктів. Досліджено ринок молока і молочної продукції, проаналізовано основних постачальників молочної продукції, наведено основні перешкоди аграрних підприємствах у зростанні обсягів її виробництва, визначено проблеми забезпечення населення молочними продуктами на рівні раціональних норм харчування. Визначено динаміку споживання молочної продукції, що має характерні особливості, які полягають в нерівномірній зміні темпів споживання при досягненні певного рівня добробуту.

The peculiarities of formation of competitiveness of enterprises in modern market conditions are highlighted. It is noted that the competitive functioning of different business entities is of a general nature, the composition of which components varies depending on the industry specificity of the market. The market of milk and dairy products, which is formed from interdependent structural elements and is divided into subsystems depending on the type of product, its purpose, as well as territorial borders of the market, is researched and analyzed. It is established that the internal market of milk and dairy products is largely unbalanced, there is a slow development of market infrastructure, low exchange activity, lack of communication and information component of the organized market. This predetermines the concentration of agricultural production in small producers (households), which indicates a small influence of milk producers on processing enterprises, thereby creating appropriate relationships in the dairy industry.

The dynamics of consumption of dairy products has been determined, which has characteristic features, which consist in the uneven change in the rate of growth (decrease) of consumption when reaching a certain level of welfare. When the subsistence minimum is reached, the proportional increase in income and consumption is replaced by a slow increase or decrease in consumption, then the proportional growth is resumed. It is established that the competitive status of the manufacturer influences the development and choice of strategic management decisions in the field of formation of competitive advantages.

The influence on the process of formation of competitive advantages of specific features of the internal potential of dairy enterprises is considered. Producers who differ in size and market share have a variety of internal capabilities, which together with the nature and strength of external action influences the process of formation of competitive advantages and leads to the creation of their characteristic types. Each of these options is characterized by individual types of benefits, which are determined by the existing combination of external and internal factors.

Ключові слова: ринок; продукція; конкурентоспроможність; підприємство.

Key words: market; products; competitiveness; enterprise.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки спостерігаємо посилення конкуренції, що характерне для більшості розвинутих країн та галузей. Загострення конкуренції в Україні зумовлене ринковою активністю, яка проявляється у створенні нових суб'єктів підприємництва, нових брендів. У зв'язку з цим витримувати конкуренцію товаровиробники змушені не лише на внутрішньому, але й на зовнішньому ринках. Низький рівень їх конкурентоспроможності зумовлений недостатньою активністю в напрямку застосування засобів маркетингу, а саме: просуванні товарів, завоюванні прихильності споживачів, боротьбі за розширення ринкової ніші. Агропромислові підприємства мають крім зазначених проблем, багато перешкод і ризиків пов'язаних з особливостями сільськогосподарського виробництва. У зв'язку з цим виникає потреба в оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства та особливостях його формування на ринку, що має стати вагомим пріоритетом їх конкурентної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розвитку аграрного ринку в Україні, конкурентоспроможності підприємств, складових їх конкурентних переваг та управління ними присвячено праці таких вітчизняних науковців і практиків як В. Андрійчука, В. Амбросова, П.І. Гайдуцького, О. Гудзь, Г. Калетника, І. Лукінова, М. Малика, В. Ткаченка, О.Шпикуляка, О. Шпичака та інших. Дослідженню проблем формування продовольчої безпеки і виходу вітчизняних підприємств на світовий ринок, напрямом підвищення конкурентоспроможності товаровиробників молочної галузі на основі поліпшення якості й безпечності молочної продукції на внутрішньому ринку присвячені праці вітчизняних науковців [2, 7].

Водночас, процеси глобалізації, вплив соціально-економічних факторів зумовили цілу низку проблем: нестабільність виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції, особливо молока і молочних продуктів, посилення конкурентної боротьби на аграрному ринку як з боку вітчизняних так і іноземних суб'єктів підприємництва, фінансова і інвестиційна нестабільність тощо. Це викликає необхідність проведення оцінки сучасних тенденцій розвитку та обґрунтування комплексу заходів пов'язаних із вирішенням наявних проблем, зумовлює необхідність подальших досліджень.

Метою дослідження є особливостей формування конкурентоспроможності підприємства на ринку молока і молочної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективний розвиток аграрного сектору економіки, підвищення його конкурентоспроможності є головними пріоритетами реформування національної економіки і визначає стратегію розвитку держави на перспективу. Водночас процеси, які відбуваються в розвитку аграрного виробництва мають свої особливості і відображають правові, ресурсні, технологічні, фінансові умови його здійснення [1]. Повільність змін в: нарощенні масштабів інноваційної діяльності (технології виробництва, засобах праці, породах тварин, сортах рослин, добривах); земельній реформі; формах організації та управлінні аграрним виробництвом, привабливості суб'єктів підприємництва для внутрішніх і зовнішніх інвесторів відбуваються на фоні організаційно-правових змін в аграрному секторі.

Конкурентоспроможне функціонування різних суб'єктів підприємництва має загальний характер, склад компонентів якого варіюється в залежності від галузевої специфіки ринку. Диференціація ринків за територіально-галузевим критерієм призводить до відмінностей факторів зовнішнього середовища в якісному та кількісному складі. Поміж наявних ринкових структур особливо виділяється група продовольчих ринків. Він визначає стан економіки й соціальну стабільність суспільства, оскільки виступає головною складовою частиною ринкової системи країни. Визначають продовольчий ринок як форму

функціонування галузей економіки, що пов'язані з виробництвом сировини, реалізацією готової продукції, а також включає всі необхідні господарські зв'язки і товарно-грошові відносини між учасниками ринку [5].

Ринок продовольства в Україні останнім часом розширюється завдяки зростанню платоспроможного попиту населення. Водночас, споживання основних продуктів харчування є значно нижчим від фізіологічно обґрунтованих норм. Наприклад, споживання м'яса у 2000 р. — 33,8 кг/особу, проте у 2017 р. спостерігається скорочення споживання до 54,6 кг/особу при раціональній нормі споживання 80 кг на особу; споживання молока в країні становило у 2000 р. — 257,4 кг/особу, проте у 2017 р. спостерігається скорочення споживання до 242,0 кг/особу, при мінімальній нормі споживання 331 кг/особу [6]. Це означає, що в розрахунку на 1 особу раціональна норма в споживанні м'яса недотримується, як і споживання молока є нижчим за мінімальну норму, а значить є можливості до розширення обсягів внутрішнього ринку продовольства і наповнення його вітчизняними товарами. Ступінь забезпеченості населення молоком та молочними продуктами є одним з ключових індикаторів якості життя населення та стану продовольчої безпеки країни. В Україні склалася негативною тенденцією щодо обсягів споживання молока, яка показує щорічне зниження даного показника (табл. 1).

Таблиця 1.
Баланс молока та молочних продуктів, тис. т

	2000	2010	2014	2015	2016	2017
Виробництво	12658	11249	11133	10615	10382	10281
Зміна запасів на кінець року	-394	-11	85	-41	28	33
Імпорт	50	273	357	78	105	132
Усього ресурсів	13102	11533	11405	10734	10459	10380
Експорт	1100	956	527	464	434	835
Витрачено на корм	2203	1099	1153	1097	1069	1036
Втрати	10	8	14	15	14	13
Фонд споживання	9789	9470	9581	8995	8942	8496

Наразі внутрішній ринок продукції значною мірою незбалансований, спостерігається повільний розвиток ринкової інфраструктури, низька біржова активність, бракує комунікаційної та інформаційної складової організованого ринку тощо. Особливе місце даних ринків у структурі агропромислового комплексу та економіки країни пояснюється їх з'єднуючою роллю між аграрним виробництвом і кінцевими споживачами. Серед усіх продовольчих товарів важливе місце займають молочні продукти, а ринок молочної продукції за рівнем значущості займає лідируючі позиції в системі вітчизняних ринків продовольства. В Україні молоко та молочні продукти традиційно належать до числа пріоритетних груп продовольчих товарів.

На жаль, хоча молоко і є одним із пріоритетних сировинних ресурсів, за останні роки загальне його виробництво в країні зменшується щорічно, а імпорт збільшився майже втричі. При цьому ринок його постачання наближений до умов досконалої конкуренції з низькими бар'єрами входу та продукцією, яка є стандартизованою. Для даного ринку характерна присутність багатьох територіальних постачальників, які володіють невисокою часткою в загальному обсязі поставок (табл. 2).

Таблиця 2.
Виробництво молока за категоріями господарств в Україні, тис.т

	2000	2010	2014	2015	2016	2017
Сільськогосподарські підприємства	3668,7	2216,6	2647,5	2669,2	2705,6	2765,7
у т.ч. фермерські господарства	67,8	112,1	166,8	177,4	183,6	194,8
Господарства населення	8989,2	9031,9	8485,3	7946,2	7675,9	7514,8
Всього	12658	11249	11133	10615	10382	10281

Спостерігаємо майже два десятиліття домінуюче виробництво молока господарствами населення, в 2017 р. вони забезпечували 73,1% загального постачання молока на внутрішній ринок, при цьому від кожного господарства надходження є дрібним. Ситуація, яка склалася свідчить, що за цих умов ступінь впливу виробників молока на переробні підприємства є незначним. Одним із дієвих напрямів вирішення питання зростання виробництва молока в аграрних підприємствах має стати підвищення їх конкурентоспроможності, що дасть змогу підвищувати продуктивність і економічну ефективність галузі, швидше відтворювати великотоварне виробництво. На сьогоднішній день ці процеси гальмуються рядом факторів, а саме висока трудомісткість виробничих процесів; збитковість виробництва, а отже і низький рівень інвестиційної привабливості галузі; зростання цін на ресурси, необхідних для забезпечення оптимального рівня продуктивності; низький рівень державної підтримки галузі тощо.

Визначення характеру впливу різноманітних постачальників молока на переробні підприємства можна провести з обов'язковим урахуванням специфічних рис галузі молочного скотарства, а саме

наявності значної кількості виробників з низьким рівнем концентрації виробництва, взаємодія виробників з локальними переробними підприємствами через низьку транспортабельність продукту і незадовільне фінансове становище значної кількості постачальників. Таким чином між переробними підприємствами і постачальників формується пряма залежність, яка враховує як унікальність і незамінність цього сировинного ресурсу, а також високу матеріаломісткість виробництва більшості видів молочної продукції.

Обсяги споживання молока та молочних продуктів населенням визначається наявністю багатьох специфічних умов: орієнтація споживачів на традиційну їжу, психологічний дисбаланс по відношенню до нових продуктів; незамінність їх в структурі харчування людини; обмеженість споживання граничними нормами; незалежність попиту від зростання доходів населення при насиченні ринку; вплив цінності та доступності молока та молочної продукції на поведінку споживачів тощо. До споживачів молока та молочної продукції належать фізичні особи, домашні господарства, переробні підприємства, організації громадського харчування тощо. Споживчому вибору властива максимізація співвідношення «корисність продукції – витрати на її придбання». Простежується пряма залежність величини попиту від платоспроможності споживачів, асортименту та вартості молока та молочних продуктів. Споживання даної групи продукції має характерні особливості, динаміка якого полягає в нерівномірній зміні темпів зростання або зниження його при досягненні певного рівня добробуту. Так, при досягненні прожиткового мінімуму пропорційне зростання доходів і обсягів споживання змінюється повільним приростом або зниженням споживання, потім пропорційне зростання поновлюється. Повсякденний характер попиту на молочну продукцію та короткі терміни її зберігання призводять до того, що підприємства приділяють особливу увагу формуванню взаємовідносин з торговими посередниками. Товарорух виступає дієвим інструментом стимулювання попиту і його задоволення, що має вирішальне значення в умовах зростання вимог споживачів до якості обслуговування.

Особливості формування конкурентоспроможності підприємств на ринку обґрунтовується такими моментами: в умовах активної конкурентної боротьби між виробниками сільськогосподарської продукції, в тому числі і молока, стратегічна орієнтація цілей підприємства на перспективу дозволяє реагувати на фактори невизначеності й ризику зовнішнього середовища; складність прогнозування майбутнього стану ринкової структури викликає необхідність використання управлінських технологій; ефективне реагування підприємства на вплив зовнішнього середовища неможливе без наявності у нього адаптаційних здібностей; переробні організації є відкритими системами, повною мірою залежними від стану зовнішнього середовища.

Функціонування товаровиробників на різних сегментах ринку формують нові різновиди конкурентних відносин та ускладнюють конкурентну структуру ринку, на неї визначальний вплив мають диференціація продукції та зміна її цінової складової. Знижує концентрацію виробництва молока і молочної продукції висока відкритість ринку для міжнародної конкуренції. Підвищення транспортабельності та терміну зберігання молокопродуктів, зростання ємності ринку, відсутність значних бар'єрів підвищують ймовірність появи продукції інших виробників. Найбільш поширеними типами структур на ринку молока та молочної продукції виступають олігополія або монополістична конкуренція. Мікрорівень зовнішнього середовища ринку формується не лише внутрішньогалузевими конкурентами, а й фірмами, які можуть вийти на ринок або ж виробляють взаємозамінні і взаємодоповнюючі товари.

Врахування специфіки галузі призводить до того, що головну роль серед всіх типів торгових підприємств займають роздрібні посередники. За рідкісним винятком оптової функцію виконують самі переробні підприємства, що організують первинну стадію руху молокопродуктів на ринок. Різноманіття типів збутових посередників призвело до формування індивідуальних збутових каналів, які враховують конкурентні особливості виробників. Прямий канал руху передбачає переміщення товарів від виробника до споживача через фірмову мережу. Він є найвигіднішим, але обмежений за можливостями свого використання через територіальну розпорошеність виробників та високі транспортні витрати на організацію руху товару. Непрямі канали руху товару передбачають використання незалежних оптових і роздрібних посередників [4].

Безпосередній вплив на процес формування конкурентних переваг мають специфічні особливості внутрішнього потенціалу молокопереробних підприємств: використання в процесі виробництва природно-біологічних факторів; можлива недоцільність виробництва тих чи інших продуктів харчування; земля – це не тільки об'єкт праці, а й її предмет, а також основний засіб виробництва; в межах регіональних кордонів підприємство існує не відокремлено, а на основі оптимального поєднання з іншими, утворюючи тим самим кластер; різноманітність форм власності, форм господарювання та розмірів підприємств; розташування виробництва на певній території та прикріплення його до окремих сировинних зон; сезонність виробництва продукції, обумовлена розбіжністю робочого періоду з періодом виробництва; задоволення потреби населення в продовольстві; спеціалізація на випуску певних видів продукції [3].

Висновки. Отже, процес дослідження конкурентних переваг підприємств має ґрунтуватися не тільки на властивостях і особливостях категорії конкурентоспроможності, але й повністю відповідати специфіці галузі. В цьому випадку перед виробниками, як суб'єктами управління, постає необхідність вирішення наступних завдань: оцінка не тільки фактичного рівня конкурентоспроможності, але й потенційно можливого її рівня; відображення в результатах аналізу факторної складової конкурентоспроможності; дослідження конкурентних переваг на рівні суб'єкта та продукції; підбір методів та інструментів оцінки відповідно специфіки дослідження.

Література.

1. Вініченко І.І. Ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств / І.І. Вініченко, Ж.В. Крючкова // Економіка і держава. -2017. - № 4 – С. 32-37.
2. Воляк Л.Р., Галіцька А.С. Аналіз виробництва молока та молочних продуктів в Україні. Економіка і суспільство./ Вип. 19. 2018. С. 1393—1399. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/208.pdf
3. Марченко В.М. Тенденції самоорганізації молочної промисловості України / В.М. Марченко // Агроінком. – 2011. – № 4–5–6. – С. 28–33.
4. Масляєва О. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств у контексті євроінтеграційних процесів /О.Масляєва//Агросвіт. - 2016. – № 4. — С.64-69
5. Сабецкая, Г. Рыночная модель конкурентоспособности продукции / Г. Сабецкая // Маркетинг, 2006. – № 1. – С. 29–33
6. Сільське господарство України : Статистичний збірник / за ред. О. М. Прокопенко. – К. : Держстат України, 2018. – 249 с.
7. Харіна О. О.Стан виробництва й переробки молока та молочних продуктів у сучасних умовах. Економіка АПК. 2013. № 9. С. 119—123.

References.

1. Vinichenko, I.I. and Kriuchkova, Zh.V. (2017), “Key factors influencing the competitiveness of agrarian enterprises”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 4, pp. 32–37
2. Voliak, L.R. and Halits'ka, A.S. (2018), "Analysis of milk and milk products production in Ukraine", *Ekonomika i suspil'stvo*, vol. 19, pp. 1393—1399, available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/208.pdf (Accessed 31 Oct 2019).
3. Marchenko, V.M. (2011), “Trends in self-organization of the dairy industry of Ukraine”, *Ahroinkom*, vol. 4–5–6, pp. 28–33.
4. Masliaieva, O. (2016) “Competitiveness of dairy enterprises in the context of European integration processes”, *Ahrosvit*. vol.4, pp.64-69
5. Sabetskaia, H. (2006), “Market model of product competitiveness” *Marketynh*, vol.1, pp. 29–33
6. State Statistics Service of Ukraine (2018), “Sil's'ke hospodarstvo Ukrainy” [Agriculture of Ukraine 2018. Statistical yearbook], *Derzhkomstat*, Kyiv, Ukraine.
7. Kharina, O.O. (2013), "The state of production and processing of milk and dairy products in modern conditions", *Ekonomika APK*, vol. 9, pp. 119—123.

Стаття надійшла до редакції 14.12.2019 р.