

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

ДОНСЬКИХ АНАСТАСІЯ СЕРГІЇВНА

УДК: 339.137.22:633.854.78

**ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ
СОНЯШНИКУ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата

економічних наук

Науковий керівник

ДЕМЧУК Наталія Іванівна

доктор економічних наук, професор

Дніпро – 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ...	13
1.1 Конкуренція та конкурентні умови, що визначають стан і динаміку ринку сільськогосподарської продукції.....	13
1.2 Основні методи оцінки конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.....	36
1.3 Еколого-економічна та технологічна складова підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.....	59
Висновки до розділу 1.....	81
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ.....	84
2.1 Моніторинг стану сільськогосподарських підприємств з виробництва насіння соняшнику.....	84
2.2 Оцінка ефективності та конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.....	112
2.3 Методика оцінки конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.....	126
Висновки до розділу 2.....	144

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ

СОНЯШНИКУ.....	147
3.1 Інноваційна складова підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику в умовах глобалізації.....	147
3.2 Підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику на основі кластеризації.....	158
3.3 Підвищення якості та конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику в умовах інтеграції та кооперації.....	172
Висновки до розділу 3.....	187
ВИСНОВКИ.....	190
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	194
ДОДАТКИ.....	211

ВСТУП

Актуальність теми. У кризових умовах функціонування вітчизняного агропромислового комплексу стійке становище будь-якого підприємства на

ринку продукції визначається рівнем його конкурентоспроможності. Одним з найважливіших сегментів агропромислового комплексу України є олійно-жировий підкомплекс, проблеми розвитку якого безпосередньо пов'язані із загальною ситуацією, що склалася в аграрному секторі.

Нині проблема підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику набуває особливої актуальності і стратегічного значення, що зумовлено, перш за все, загостренням міжнародної та внутрішньої конкуренції. У цих умовах необхідна розробка сучасної концепції зростання конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику, зокрема, теоретичних, методичних і практичних підходів щодо формування гнучких систем маркетингового управління, формування стратегії ресурсозбереження, збалансованих внутрішніх і зовнішніх продовольчих зв'язків, інформаційно-аналітичних систем, корпоративних організаційно-виробничих структур в агропродовольчій сфері.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів виробництва соняшнику присвячено багато праць відомих вітчизняних вчених-економістів: В. Я. Амбросова, В. Г. Андрійчука, В. І. Бойка, О. Д. Гудзинського, Н. І. Демчук, О. Ю. Єрмакова, М. В. Зубця, І. О. Іртищевої, С. М. Кваші, А. В. Ключник, М. Ю. Коденської, В. І. Копитко, О. В. Крисального, В. В. Лагодієнка, Д. О. Лазаренка, Ю. О. Лупенка, П. М. Макаренка, М. Й. Маліка, Л. О. Мармуль, О. Б. Наумова, А.С. Полторақ, П. Т. Саблука, В. І. Топіхи, І. Н. Топіхи, М. Й. Хорунжого, І. І. Червена, В. І. Шаповалової, О. В. Шобаніної та інших. Проблематиці виробництва та підвищенню конкурентоспроможності олійних культур в Україні присвячені праці багатьох економістів-аграрників, зокрема ці питання досліджували М.Д. Безуглий, Л.М. Березіна, І.І. Вініченко, В.С. Жигадло, М.В. Зубець, Т.В. Куць, О. В. Сікачина та ін.

Останніми роками в Україні відбулося збільшення посівних площ під соняшником, що призвело до перенасичення сівозмін цією культурою. Часте повернення посівів на одне й те ж саме місце не тільки погіршує структуру і родючість ґрунту, але й призводить до поширення хвороб і шкідників, які знижують і погіршують якість насіння, особливо в роки з несприятливими погодними умовами. Зниження урожайності соняшнику зумовлене тим, що найчастіше господарства не забезпечені штатом кваліфікованих працівників, сучасною технікою і обладнанням для ефективного обробітку великих площ, що тягне за собою їх нераціональне використання та як наслідок, зниження урожайності.

Диспаритет цін, порушення інтеграційних зв'язків між виробниками і переробниками соняшнику, дія експортного мита на насіння соняшнику, низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції та недостатня ефективність інституту державного регулювання зумовили скорочення експорту насіння соняшнику з України, зниження коефіцієнта використання виробничих потужностей переробних олієнасінневих підприємств, зниження обсягів, якості і конкурентоспроможності готової продукції.

Все це викликає необхідність продовження та ґрунтовного вивчення формуючих тенденцій в аграрному секторі, аналізу сучасного стану та обґрунтування подальших напрямів підвищення ефективності і конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику, як в цілому по Україні, так і у Дніпропетровській області, яка є одним з його основних регіонів-продуцентів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконувалась відповідно до тематики науково-дослідних робіт: Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету «Організаційно-економічні аспекти маркетингової діяльності

аграрних підприємств та розробка стратегічних напрямів їх розвитку» (номер державної реєстрації 0112U001542) та «Управління розвитком сільськогосподарських ринків, аграрної та екологічної логістики в системі продовольчої безпеки» (номер державної реєстрації ID:64770 26.08.2016 (00009-1)), у межах яких автором обґрунтовано вплив еколого-економічної та технологічної складової на підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику; Національної металургійної академії «Методологія управління підприємствами різних організаційно-правових форм та форм власності» (реєстраційний номер 0107U001146), у межах якої автором обґрунтовано механізм підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику на основі кластерних утворень та «Методологія соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку регіонів, галузей виробництва, підприємств та їх об'єднань» (державний реєстраційний номер 0116U006782), у межах якої автором обґрунтовано підвищення якості та конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику в умовах інтеграції та кооперації.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка теоретичних, методичних положень і практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.

Відповідно до мети дисертаційної роботи були поставлені і вирішені наступні завдання:

- поглибити трактування поняття «конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції» та конкурентних умов, що визначають стан і динаміку ринку сільськогосподарської продукції;
- обґрунтувати сукупність методів, які доцільно використовувати для оцінки конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику;
- визначити вплив еколого-економічної та технологічної складової на підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику;

- проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку ринку насіння соняшнику у світі, Україні та Дніпропетровській області;

- виокремити фактори, що впливають на конкурентоспроможність виробництва насіння соняшнику та визначити показники комплексної оцінки впливу природно-кліматичних та агротехнічних умов на рівень урожайності соняшнику;

- удосконалити методик оцінки конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику;

- дослідити значення інноваційної складової у підвищенні конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику в умовах глобалізації;

- визначити конкурентоспроможність виробництва насіння соняшнику на основі кластерного аналізу;

- обґрунтувати пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику в умовах інтеграції та кооперації.

Об'єкт дослідження – процес підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти формування та підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику.

Методи дослідження: Теоретична основа дослідження базувалася на наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з вивчення проблем підвищення конкурентоспроможності, законодавчих і нормативних актах. При підготовці дисертаційної роботи були використані наступні методи: монографічний та загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція) для визначення сутності конкурентоспроможності виробництва

сільськогосподарської продукції, узагальнення складових конкурентоспроможності та обґрунтування конкурентних умов, що визначають стан і динаміку ринку сільськогосподарської продукції (підрозділи 1.1, 1.2); графічний метод та метод порівняння статистичних даних – при аналізі стану підприємств, що спеціалізуються на виробництві насіння соняшнику (підрозділ 2.1); економіко-математичний та статистичний методи дослідження (систематизації та групування) при визначенні ефективності та конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику (підрозділи 2.2, 2.3 та 3.2); абстрактно-логічний – при формуванні загальних висновків та рекомендацій дисертаційної роботи.

Теоретичну та інформаційну базу дослідження стосовно розглянутих питань складають наукова, довідкова, навчально-методична література. Емпіричною базою слугували статистичні матеріали з виробництва соняшнику та олійно-жирового підкомплексу України і Дніпропетровської області, річна звітність сільськогосподарських підприємств та профільних наукових установ.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці теоретичних, методичних і практичних положень щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику з урахуванням специфічних умов регіону. Найбільш суттєвими результатами дисертаційної роботи, які становлять наукову новизну, є наступні теоретичні та практичні положення:

вперше

- запропоновано методичний підхід, що дозволяє на основі комплексної оцінки виявити групи районів, з найбільш і найменш сприятливими для виробництва соняшнику умовами, з точки зору рівня стійкості урожайності соняшнику і рівня родючості ґрунту (балу бонітету) для вирощування

соняшнику, що в сукупності сприятиме підвищенню конкурентоспроможності виробництва даного виду продукції;

Удосконалено:

- трактування поняття «конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції», яке на відміну від існуючих враховує: оцінку конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в порівнянні з підприємствами-конкурентами; конкурентоспроможність продукції цих підприємств і їх здатність та можливість виробляти, переробляти і реалізовувати продукцію; потенціал для подальшого вдосконалення (поліпшення якості) продукції в умовах мінливого ринкового середовища;

- систематизацію факторів, що впливають на конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції, які доцільно поділяти на фактори конкурентоспроможності ринку сільськогосподарської продукції (зовнішні і внутрішні) та фактори конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств;

- визначення складових та синергетичного зв'язку між екологічними, економічними, фізичними та технологічними факторами, що сприятиме комплексній оцінці ефективності та конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику;

- функціонально-аналітичну систему показників еколого-економічного та технологічного забезпечення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику, що дозволяє провести комплексний аналіз і визначити резерви підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику з урахуванням еколого-економічних та технологічних особливостей вирощування;

- кластерну оцінку конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику, засновану на багатовимірному групуванні і розрахунку показників конкурентоспроможності товаровиробників соняшнику у Дніпропетровській області;

Набули подальшого розвитку:

- пропозиції щодо обґрунтування механізму інтеграції та кооперації функціонування агропромислових формувань з виробництва насіння соняшнику, який, на відміну від існуючих, доповнений методами оцінювання конкурентоспроможності підприємств, суб'єктами, об'єктами та засобами впливу;

- методичні підходи до інтегральної оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства з урахуванням впливу факторів виробництва та балу бонітету ґрунту.

Практичне значення одержаних результатів полягає у вирішенні проблем підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику підприємств Дніпропетровської області. Наукові розробки та пропозиції, внесені автором, можуть бути використані сільськогосподарськими виробниками, маслопереробними заводами, районними та обласними управліннями сільського господарства і продовольства.

Пропозиції стосовно застосування інновацій у процес виробництва насіння соняшнику розглянуті та прийняті до впровадження у діяльність С(Ф)Г «Україна» Покровського району Дніпропетровської області (довідка № 15/10 від 05.10.2016 р.); запропонований науково-методичний підхід щодо визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства прийнято до використання у СТОВ «Дніпро-Н» Верхньодніпровського району Дніпропетровської області (довідка № 1/11 від 03.11.2016 р.); рекомендації

щодо врахування балу бонітету при прогнозуванні врожаю соняшнику впроваджено у діяльність ТОВ «Відродження» Покровського району Дніпропетровської області (довідка № 5 від 26.09.2016 р.); пропозиції щодо доцільності створення асоціації товаровиробників насіння соняшнику, розглянуто і схвалено у діяльність С(Ф)Г «Агроальянс» Солонянського району Дніпропетровської області (довідка № 2/10/16 від 12.10.2016 р.).

Викладені в дисертації висновки і рекомендації носять універсальний практичний характер і можуть бути застосовані для *розвитку* ефективно діючих аграрних продовольчих ринків.

Матеріали дисертаційної роботи використовуються при викладенні курсів дисциплін «Маркетинг», «Аграрний маркетинг», «Економіка сільського господарства», «Економіка АПК».

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, у якій подано авторський підхід щодо підвищення конкурентоспроможності виробництва насіння соняшнику. Із наукових праць, виконаних у співавторстві, у дослідженні використано лише ті, що розроблені особисто здобувачем.

Апробація результатів дисертації: Окремі положення дисертаційної роботи доповідались і обговорювались під час всеукраїнських і міжнародних науково-практичних конференцій: II Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» (м. Дніпропетровськ, 25-27 жовтня 2011 р.); VIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Efektivní nástroje moderních věd - 2012» (м. Прага, 27 квітня - 05 травня 2012 р.); VIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Aktualne problem powozzenych nauk - 2012» (Польща, 7-15 червня 2012 р.); IX Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції: «Dny vědy» (м. Прага, 27 березня - 05 квітня 2013 р.); Всеукраїнській науково-практичній

інтернет-конференції «Маркетинг, як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (м. Дніпропетровськ, 23-25 жовтня 2013 р.); Міжвузівській науково-практичній конференції присвяченій 10-ти річчю кафедри фінансів «Сучасні тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 19-20 листопада 2013 р.); V міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» (м. Дніпропетровськ, 30-31 жовтня 2014 р.); Науково-практичній конференції «Аграрна наука XXI століття: реалії та перспективи» (м. Дніпропетровськ, 04-06 березня 2015 р.); XI міжнародній науково-практичній конференції «Cutting-edge science» (м. Шеффілд, 30 квітня - 07 травня 2015 р.); III Всеукраїнській науково-практичній Інтернет конференції «Маркетинг, як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (м. Дніпропетровськ, 26 - 27 жовтня 2015 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Економіка і фінанси: аналіз тенденцій та перспектив розвитку» (м. Дніпропетровськ, 13 листопада 2015 р.); XII Міжнародній науково-практичній конференції «Нойновите научни постижения -2016» (м. Софія, 15-22 березня 2016 р.); 4-й Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток форм та методів сучасного менеджменту, економіки і права в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 5-7 квітня 2016 р.), IV Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (м. Дніпро, 25-26 жовтня 2016 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційний менеджмент природного агровиробництва в Україні» (м. Дніпро, 10-11 листопада 2016 р.)

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи викладено у 32 наукових працях загальним обсягом 7,8 д.а. (особисто автору належить 7,1 друк. аркушів), у тому числі 2 монографії, 6 статей, опублікованих у фахових виданнях України (з них 2 включено до міжнародних науково-метричних баз), 2 статті у зарубіжних журналах (включених до міжнародних науково-

метричних баз) та 24 роботи – у матеріалах і збірниках тез вітчизняних та закордонних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, додатків та списку використаних джерел із 163 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 224 сторінки. Основний зміст викладено на 210 сторінках друкованого тексту. Робота містить 36 таблиць, 26 рисунків та 10 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

1.1 Конкуренція та конкурентні умови, що визначають стан і динаміку ринку сільськогосподарської продукції

Необхідним фактором розвитку цивілізованого ринку, в тому числі і сільськогосподарського, є наявність конкурентного середовища для сільськогосподарських підприємств.

В Україні за роки планового управління економікою склалася специфічна система господарювання, в основі якої лежав комплекс високомонополізованих виробництв. Український монополізм володів рядом істотних відмінностей від класичного розуміння:

1) існував абсолютний державний монополізм, тобто єдиним власником на засоби виробництва і результати праці виробників в радянській економіці виступала держава;

2) монополізм спирався на директивне централізоване управління всіма сферами народного господарства і стійкий масовий дефіцит;

3) у радянській економіці монополії формувалися на відсталій технічній базі [44].

На сьогоднішній день, незважаючи на те, що конкурентне середовище активно формується в усіх сферах і галузях української економіки, процес розвитку конкуренції між сільськогосподарськими товаровиробниками на вітчизняних ринках носить складний і суперечливий характер.

З одного боку, має місце дефіцит високоякісної сировини і низький науково-технічний потенціал сільськогосподарських підприємств, відсутність інвестиційних ресурсів, досвіду управління в умовах конкурентної боротьби. З іншого боку, з'явилися підприємства різних форм власності, що отримали повну господарську самостійність і зацікавлені в результатах своєї праці, що сприяє зростанню ефективності виробництва.

Відкритість української економіки і введення її у світове господарство призвело до появи на вітчизняних ринках великої кількості імпортованих товарів. Українські сільськогосподарські виробники за більшістю видів продукції не витримують конкуренції з боку західних постачальників ні за якістю, ні за ціною.

В економічній літературі термін «конкуренція» має різні трактування. Перші, найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби з'явилися у середині XVIII сторіччя. Головна заслуга в цьому належить класичній політичній економії, представниками якої, на основі багаторічних досліджень, сформовано принцип абсолютних переваг, запропонований А. Смітом [134]. Сміт А. розглядав конкуренцію у суперництві та ототожнив її з «невидимою рукою», яка, начебто, автоматично регулює механізм ринку та діяльність підприємців, змушуючи їх діяти відповідно до якогось ідеального плану розвитку економіки. Згідно з його теорією вільна конкуренція на ринках чинників виробництва намагається зрівняти переваги цих чинників в усіх галузях і, таким чином, встановлює оптимальний розподіл ресурсів [156].

Й. Шумпетер стверджував, що з точки зору економічного зростання, конкуренція являє собою суперництво старого з новим. Іншими словами, конкуренція здійснює вплив на життєздатність фірми та її основу [154].

Вітчизняний вчений М. Р. Саєнко визначає конкуренцію, як співіснування і боротьбу товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища для досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні [129].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» під конкуренцією (економічною конкуренцією) розуміють «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття, завдяки власним досягненням, переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [48].

М. К. Чернявська та М. П. Дранович зазначають, що конкуренцію слід розглядати як фундаментальну умову розвитку соціально-економічного господарства; як суперництво між виступаючими на ринку виробниками за найбільш вигідні умови виробництва та збуту продукції заради отримання прибутку; як елемент зовнішнього оточення підприємства [149].

Більшість науковців-економістів схильні трактувати поняття «конкуренції» як змагання чи суперництво заради досягнення мети і, насамперед, прибутку [87]. Таке трактування недостатньо точно і повно розкриває сутність даної категорії.

В порядку уточнення нами пропонується наступне трактування поняття конкуренції, як економічного суперництва між окремими виробниками або постачальниками товарів і послуг, які задовольняють потреби споживачів, за найбільш вигідне вкладання капіталу, просування товарів, отримання прибутку, що забезпечує їх більш стабільне становище на ринку [33].

Для того, щоб забезпечити собі конкурентну перевагу, сільськогосподарським товаровиробникам необхідно постачати на ринок товар, який відповідає певним характеристикам і задовольняє споживачів. Конкуренти, прагнучи з найбільшою вигодою реалізувати свою продукцію, повинні запропонувати споживачам товар, що відрізняється від аналогів за

ціною, якістю, термінами доставки, тобто забезпечити споживачеві задоволення конкретної потреби.

Учасниками конкурентних протистоянь виступають дві сторони: сільськогосподарські виробники (постачальники) товарів і послуг та кінцеві покупці (споживачі). У зв'язку з цим доцільно виділити 2 види конкуренції.

1. Конкуренція між продавцями товарів і послуг – змушує сільськогосподарських виробників постійно розширювати спектр пропонуваних товарів і послуг, підвищувати їх якість і знижувати ціну. Цей вид конкуренції є найбільш ефективним з точки зору розвитку економіки і інтересів суспільства.

2. Конкуренція між покупцями товарів і послуг. Умовою виникнення цього виду конкуренції між сільськогосподарським товаровиробниками є такий стан економіки, коли попит перевищує пропозицію. Тобто фактором її виникнення є бажання покупця придбати менш дорогий і більш якісний сільськогосподарський товар.

Механізми конкуренції між виробниками товарів і послуг мають відмінності в різних галузях економіки і на різних товарних ринках. Залежно від кількості продавців (виробників) вчені економісти Брю С., Макконелл К., Самуельсон П., Робінсон Дж. та інші виділяють чотири класичних моделі ринкових структур або типів конкуренції: досконала (чиста) конкуренція, чиста монополія, монополістична конкуренція, олігополія. У різних галузях сільського господарства, у більшій або меншій мірі, проявляються різні типи ринкових структур. Взаємозв'язок конкуренції та типів ринків сільськогосподарської продукції представимо у таблиці 1.1 [77, 81, 87, 118, 131, 139].

При досконалій (чистій) конкуренції досягається максимальна ефективність економіки, яка охоплює ефективність розподілу ресурсів і виробничу ефективність. При такому виді конкуренції на аграрному ринку діє

безліч покупців і продавців, продукція яких однорідна. Цей тип ринку характеризується крайньою нестійкістю, так як фактично змінюється тільки під впливом одного фактора і притаманний дрібним сільськогосподарським товаровиробникам.

Таблиця 1.1

Типи ринків сільськогосподарської продукції залежно від конкуренції

Параметри	Досконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість с.-г. підприємств, що створюють продукт	Багато незалежних с.-г. підприємств; немає контролю над ринком	Багато с.-г. підприємств, що виробляють схожу продукцію	Декілька великих с.-г. підприємств, що виробляють аналогічні товари	Один вид продукції, та (або) одне с.-г. підприємство
Контроль над цінами	Немає. Ціна визначається ринком	Обмежений контроль	Існує вплив «цінового лідера»	Практично повний контроль
Товарна диференціація	Немає. Продукти не різняться по своїй якості	Товари, послуги диференційовані для сегментів ринку.	Істотна для окремих продуктів	Немає
Легкість входу на ринок	Відносно легкий вхід та вихід	Відносно легкий вхід та вихід	Складний, часто потребує значних інвестицій	Вхід складний

Джерело – розроблено та систематизовано автором на основі даних [77, 81, 87, 118, 131, 139]

Абсолютна (чиста) монополія є протиприродною чистої конкуренції. Такий тип ринкової структури перешкоджає нормальному економічному розвитку і не містить умов для раціонального та ефективного задоволення попиту споживачів, тому найменш ефективний як з точки зору окремого споживача, так і економіки в цілому.

У реальній економіці чистої монополії не існує. Монопольні утворення виникають в силу специфіки виробленої продукції і послуг, і, як правило,

знаходяться під контролем держави, шляхом прийняття антимонопольного законодавства.

Комбінація елементів монополії і чистої конкуренції призводить до утворення монополістичної конкуренції та олігополії. При монополістичній конкуренції на ринку діє обмежена, але достатньо велика кількість сільськогосподарських виробників, що пропонують продукцію певного виду. Продукція в умовах монополістичної конкуренції диференційована, тобто виробники і продавці прагнуть зробити свою продукцію відмінною від продукції конкурентів.

Олігополія означає, що на ринку, в тому числі і аграрному панує кілька великих підприємств, які виробляють однорідну продукцію з незначним ступенем диференціації, а для входження на ринок є істотні перешкоди. В основі розвитку олігополії лежать галузеві особливості, що не дозволяють успішно функціонувати невеликим підприємствам. Ознаками олігополії є: 1) підприємства можуть виробляти стандартизовані або диференційовані продукти; 2) поява нових продавців ускладнена чи неможлива в силу наявності «вхідних бар'єрів» [87].

Слід зауважити, що у реальній сучасній економіці аграрний ринок представлений поєднанням досконалої ринкової конкуренції та монополії. Механізм функціонування сучасного аграрного ринку не зводиться тільки до попиту і пропозиції, що впливають на ціну, обсяг і структуру виробництва, збут і споживання товарів. Для з'ясування процесів, що відбуваються на аграрному ринку важливо мати уявлення про поведінку на ньому різних форм господарювання, які виконують свої виробничі та збутові функції, виявляють у процесі конкуренції свої недоліки і переваги, що надає ринковій економіці гнучкість і ефективність.

В умовах сильної конкуренції будь-яке сільськогосподарське підприємство для нормального функціонування і оцінки своїх перспектив на майбутнє повинно усвідомлювати свою конкурентоспроможність. Маючи інформацію про конкурентні позиції, підприємства отримують можливість визначити свої переваги і недоліки, вибрати безпомилкову стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям ринкових процесів [76].

У зарубіжній економічній літературі вивчення конкурентоспроможності з мікро - і макроекономічних позицій займає пріоритетне місце, саме підприємство створює товар, який згодом може бути успішно реалізований завдяки різним спробам його просування і збуту, а саме маркетинговій політиці.

Безліч трактувань терміна «конкурентоспроможність» пов'язане з його багатоаспектністю, різноманіттям визначень, до яких цей термін може бути віднесений [4, 16, 30, 31, 61, 97, 101, 117, 145, 128]. Незважаючи на безліч досліджень, в сучасній економічній літературі не існує єдиного підходу до визначення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції і єдиної методики її кількісної оцінки.

За загальним визначенням, конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність виробництва включає в себе такі поняття як «конкурентоспроможність підприємства» і «конкурентоспроможність продукції».

Конкурентоспроможність підприємства визначається, як суперницька здатність підприємства здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому достатній для ведення розширеного відтворення прибуток.

Більш конкретний характер носить трактування конкурентоспроможності підприємства як рівня його компетентності по відношенню до інших підприємств-конкурентів за такими параметрами, як технологія, практичні навички і знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, якість (систем управління, виробництва, продукції), комунікації. Але при цьому не враховуються реальні досягнення підприємства в області конкуренції – конкурентні властивості реалізованих товарів [17].

Іноді конкурентоспроможність підприємства визначається за аналогією з конкурентоспроможністю продукції, представляючи конкурентоспроможність виробника (підприємства) як відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності. Однак у такому трактуванні не приділяється увага ринковій діяльності підприємств-конкурентів [42].

Ще одне визначення конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на концепції конкурентоспроможності товару й меншою мірою відображає ефективність виробничо-господарської діяльності виробника: «конкурентоспроможність підприємства - це можливості фірми запропонувати товар, який відповідає певним вимогам покупця, тобто певної якості, в потрібній кількості, в необхідні терміни і на більш вигідних умовах поставки, ніж конкуренти». Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють його «здатність забезпечити кращу пропозицію порівняно з конкуруючою компанією» [80].

Вітчизняні вчені І. Должанський та Т. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому

технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [31].

Справедливою відносно конкурентоспроможності підприємства є думка С. Шевельової, яка вважає, що це здатність підприємства підтримувати стійкі позиції на ринку, прибутково функціонувати, бути привабливим для інвесторів, заслужити добрий імідж серед споживачів та різноманітних суб'єктів господарювання [150].

Поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств набагато складніше і трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна. На їх думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати у конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні