

УДК 65.018

КОТЕЛЕВЦЯ Д. О.
Запорізький національний університет

МОДЕЛЬ АДАПТАЦІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЄЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

В сучасних умовах розвитку національної економіки запорукою ефективного функціонування підприємств в аграрній сфері є забезпечення належного рівня їх конкурентоспроможності. Актуальність вирішення цієї проблеми обумовлена необхідністю в умовах кризи, ризику та невизначеності суб'єктам господарювання не лише вижити, але і досягати оптимального поєднання бажаних темпів економічного зростання з реалізованими методами та інструментами управління. Підвищення конкурентоспроможності підприємств є дуже вагомим фактором для їх ефективного функціонування. Правильне визначення своїх конкурентних переваг та їх правильне позиціонування допоможе підприємству вижити в період динамічних змін внутрішніх і зовнішніх загроз. В роботі запропонована модель адаптації конкурентних переваг для підприємства з перероблення сільськогосподарської продукції (олієжирова галузь). Впровадження моделі дасть змогу підприємству за певним алгоритмом підсилити свою конкурентоспроможність та ефективно використовувати свої конкурентні переваги і можливості, спрямувавши зусилля на розвиток тих сторін, які вигідно відрізняють підприємство від його потенційних та реальних конкурентів.

Ключові слова: модель, адаптація, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

KOTELEVTSIA D.
Zaporizhia National University

MODEL OF ADAPTATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES OF FAT-AND-OIL INDUSTRY

In the current context of national economy development, the guarantee of effective agrarian industry enterprises operation lies in assuring the proper level of competitiveness. The topicality of addressing this issue derives from the necessity for companies in the present state of crisis, risk and uncertainty not just survive, but also achieve an optimal combination of the desired rates of the economic growth through the realized methods and management tools. Competitive enterprise boasts a number of advantages in raising investments as well as in obtaining credit, training highly qualified personnel etc. The higher a company's competitiveness rate, the stronger its independence from market situation transformation and therefore the lower the probability of bankruptcy or significant deterioration of its financial situation. That is exactly why increasing competitiveness of enterprises is a crucial factor for their effective operation. It becomes possible provided the concrete goals are set and the plan for implementation of these measures is developed. However, it is impossible to reach one's objectives on the highly competitive market without knowledge of one's competitive advantage. Therefore, the correct determination of one's competitive advantages and their proper positioning would ensure a company's survival in the period of dynamic changes and external threats. In our work, we offer the competitive advantage adaptation model for the agricultural processing enterprise (vegetable oil industry). Implementation of this model according to the certain algorithm would enable the enterprise to promote its competitiveness and to use its competitive advantage and opportunities efficiently, directing efforts at developing those aspects, which enable the enterprise to stand out favourably among its potential and real competitors.

Keywords: model, adaptation, competitiveness, competitive advantages.

Постановка проблеми. Україна історично є аграрною державою представленою багатьма галузями, але ефективність виробництва продукції та конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів в Україні знаходиться на низькому рівні, що є загрозою економічній і продовольчій безпеці держави. Тому для реалізації механізму управління конкурентоспроможністю переробного підприємства, необхідно визначити конкретні цілі та розробити план заходів щодо його впровадження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню проблеми підвищення конкурентоспроможності взагалі та аграрних підприємств зокрема були присвячені дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як М. Портер [1], А. Фаїзов [2], І. Должанський [3], А. Череп [4], О. Дейнега [5], А. Левицька [6], О. Янковий [7]. Значущість цих публікацій безперечно велика, проте сучасний стан підприємств не усуває необхідності подальшої вивчення цієї теми.

Метою роботи є розробка комплексу дій, спрямованих на досягнення довготермінових конкурентних переваг підприємства, основана на принципах гнучкості й адаптивності до змін зовнішнього середовища, інноваційності, системності та ситуаційності.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку олієжирового ринку, конкуренція в галузі велика, оскільки більшість підприємств має чітко виражену стратегію розвитку, широке впровадження інноваційних продуктів у виробництво. Високі бар'єри проникнення на ринок обумовлюють низьку ймовірність появи нових конкурентів на ринку. Висока конкурентоспроможність підприємства забезпечує стабільність найважливіших показників діяльності в турбулентних умовах ринку при прояві кризового компонента. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища передбачає систематичне здійснення заходів з пошуку нових сегментів потенційних споживачів продукції, формування та удосконалення комплексу комунікацій з різними ринковими позиціями. Для забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства в нестабільних

умовах зовнішнього середовища потрібні інноваційні підходи до покращення й підвищення якості запропонованої продукції, а також до удосконалення системи управління. Крім того, значний вплив на зміцнення конкурентоспроможності має сприятливий імідж підприємства.

Адаптація підприємства до роботи в нових реаліях ринку має бути направлена швидке внесення змін, що пов'язані з організацією його ефективної та результативної діяльності в нових умовах господарювання, а також із формуванням і захистом своїх конкурентних переваг. Конкурентні переваги — це сукупність ключових відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої конкурентної позиції на ринку на певний період [8]. На думку М. Портера [1], конкурентна перевага «виникає як результат знаходження та використання унікальних, відмінних від суперників, способів конкуренції, які можуть утримуватися деякий період часу».

Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства здійснюється за кінцевими результатами реакції споживачів певного ринку на конкретний продукт, а оцінка конкурентних переваг виявляється на ранніх етапах, при техніко-економічному обґрунтуванні інвестиційних та інноваційних проектів. Як показала практика, більшість переробних підприємств не готові до оперативного ведення конкурентної боротьби. В умовах затяжної фінансової кризи, стрибка інфляції підприємства опинилися в тяжкому економічному становищі, а серйозні інновації, пов'язані з посиленням конкурентної позиції підприємств, стали практично неможливими. Відповідно, виникає необхідність формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, його реалізації та оцінки ефективності. Для отримання лідируючого положення на олієжировому ринку, переробним підприємствам необхідно сформувати і реалізувати механізм управління його конкурентними перевагами. Для цього, пропонуємо використовувати порівняльний аналіз або еталонне зіставлення, що дозволить виділити два основні завдання: оцінка своїх конкурентних переваг і порівняння їх з конкурентними перевагами інших. Також для формування та реалізації механізму управління конкурентними перевагами переробного підприємства необхідно дотримуватися певних принципів: зрозумілості (для членів колективу на усіх рівнях управління); чіткості розподілу відповідальності; створення та дотримання механізму контролю (що дозволить відстежити виконання обраної стратегії). Таким чином, управління конкурентоспроможністю переробного підприємства — це комплекс дій, спрямованих на досягнення довготермінових конкурентних переваг підприємства, основана на принципах гнучкості й адаптивності до змін зовнішнього середовища, інноваційності, системності та ситуаційності.

Враховуючи вищевказане, була сформована концептуальна модель стратегічної адаптації конкурентних переваг підприємств з перероблення сільськогосподарської продукції (рис. 1).



Рис. 1. Концептуальна модель стратегічної адаптації конкурентних переваг підприємств олієжирової галузі (розробка автора)

Фактори, які впливають на формування конкурентних переваг аграрного підприємства, зачіпають всі значущі аспекти діяльності, і впливають на процес його стратегічної адаптації.

Сукупність адаптацій конкурентних переваг визначає шляхи досягнення намічених цілей з точки зору продуктів олієжирової галузі, ціноутворення, стратегій розподілу та просування.

Остаточні результати стратегічної адаптації конкурентних переваг переробних підприємств залежать від ефективності використання задіяних організаційно-економічних механізмів реалізації стратегії.

Комплексний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства можливо реалізувати за допомогою використання методу інтегральної оцінки, який є ординарним, наочним і дозволяє отримати одноваріантні оцінки конкурентних позицій підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності відображає ступінь вирішення відповідних функціональних завдань: вивчення кон'юнктури, визначення набору споживчих і економічних показників конкурентоспроможності, вибору бази для конкурентного порівняння.

Інтегральний показник конкурентних переваг продукції дозволяє охарактеризувати її стратегічну конкурентоспроможність.

Не всі конкурентні переваги і фактори, які їх визначають, можна оцінити кількісно. Якщо це неможливо, то застосовуються якісні експертні методи оцінки як факторів і переваг, так і їх ваговості.

Сутність експертних методів оцінок полягає у виробленні колективної думки групи фахівців в певній галузі. Інформація, отримана від експертів, обробляється за допомогою спеціальних логічних і математичних прийомів та процедур, а потім перетворюється в форму, зручну для змістовного аналізу і прийняття управлінського рішення.

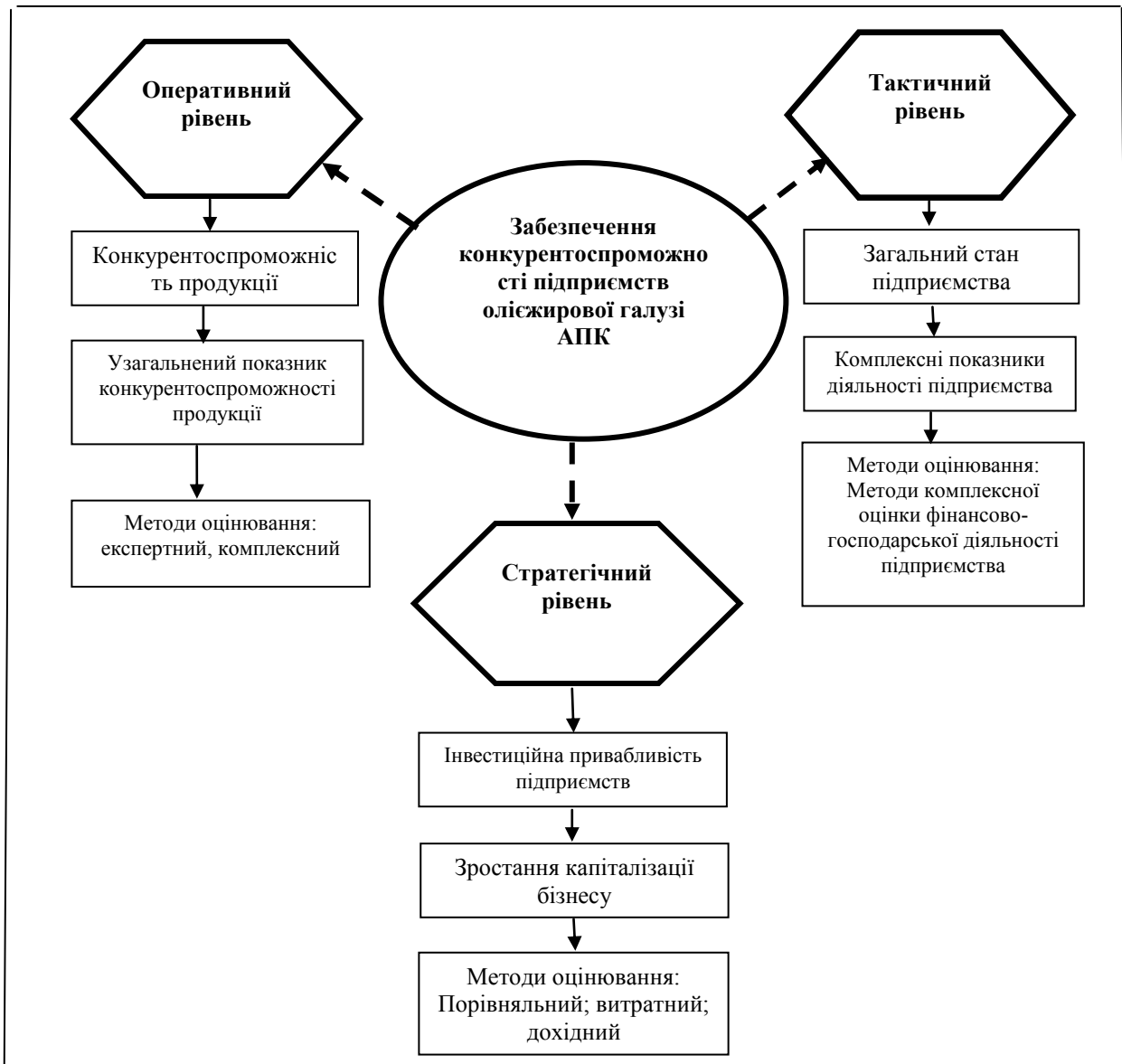


Рис. 2. Система забезпечення конкурентоспроможності підприємств олієжирової галузі

Узагальнюючи результати проведеного аналізу фінансового стану переробного підприємства, а також на основі систематизації методичних підходів оцінювання рівня конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, можна визначити найголовніші принципи, на яких базуватиметься стратегія підвищення його конкурентоспроможності (рис. 2):

- підвищення рівня конкурентоспроможності продукції і самого переробного підприємства;
- використання комплексного підходу (узагальнюючого показника) до оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції в якості основного показника конкурентоспроможності підприємства олієжирової галузі на оперативному рівні;
- підвищення рівня конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта в АПК на тактичному рівні на основі оцінки його фінансово-господарського стану і комплексних показників діяльності;
- комплексна оцінка конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на стратегічному рівні на основі інвестиційної привабливості.

Висновки. Щоб адаптувати підприємство олієжирової галузі АПК до нестабільних умов навколишнього бізнес-середовища і забезпечити його конкурентоспроможність та стійке положення на ринку в кризовий період, потрібно не просто модернізувати виробництво продукції і управління підприємством, але і чітко встановити, яка мета повинна бути досягнута. Головним при цьому має бути вміння визначити та ефективно використовувати свої конкурентні переваги і можливості та спрямувати зусилля на розвиток тих сторін, які вигідно відрізняють підприємство з перероблення сільськогосподарської продукції від його потенційних і реальних конкурентів.

Література

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др. ; под ред. Я. В. Заблоцкого и др.]. – М. : Вильямс, 2006. – 602 с.
2. Фаїзов А. В. Олієжировий комплекс: проблеми і фактори розвитку / А. В. Фаїзов // Агроінком. – 2011. – № 10–12. – С. 21–29.
3. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навчальний посібник] / І.З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центра навчальної літератури, 2006. – 384 с.
4. Череп А.В. Стратегічне планування і управління : [навч. посіб.] / А.В. Череп, А.В. Сучков. – К. : Кондор, 2011. – 334 с.
5. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств [Електронний ресурс] // Наукові праці Вінницького національного технічного університету : електронне наукове фахове видання. Відділ Логістика. – 2008. – С. 61–68. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf.
6. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Mechanism of Economic Regulation. – 2013. – № 4. – С. 155–163.
7. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
8. Близнюк С.В, Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В. Близнюк, А.В. Остапенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 41–42.

References

1. Porter M. Konkurentsya / M. Porter ; [per. s anhl. O. L. Peliavskoho y dr. ; pod red. Ya. V. Zablotskoho y dr.]. – M. : Vyliams, 2006. – 602 s.
2. Faizov A. V. Oliiezhirovyi kompleks: problemy i faktory rozvytku / A. V. Faizov // Ahroinkom. – 2011. – № 10–12. – S. 21–29.
3. Dolzhanskyi I. Z. Konkurentospromozhnist pidpriemstva : [navchalnyi posibnyk] / I. Z. Dolzhan-skyi, T. O. Zahorna. – K. : Tsentra navchalnoi literatury, 2006. – 384 s.
4. Cherep A.V. Stratehichne planuvannia i upravlinnia : [navch. posib.] / A.V. Cherep, A.V. Suchkov. – K. : Kondor, 2011. – 334 s.
5. Deineha O.V. Metodolohichni aspekty otsiniuvannia konkurentozdatnosti pidpriemstv [Elektronnyi resurs] // Naukovi pratsi Vinnytskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu : elektronne naukove fakhove vydannia. Viddil Lohistyka. – 2008. – S. 61–68. – Rezhym dostupu : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf.
6. Levyska A.O. Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva: vitchyzniani ta zakordoni pidkhody do klasyfikatsii / A.O. Levyska // Mechanism of Economic Regulation. – 2013. – № 4. – S. 155–163.
7. Iankovyi O. H. Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia : [mo-nohrafiia / za zah. red. O.H. Yankovoho]. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
8. Blyzniuk S.V, Ostapenko A.V. Konkurentnyi potentsial pidpriemnytstva yak katehoriia suchasnykh ekonomichnykh doslidzhen / S.V. Blyzniuk, A.V. Ostapenko // Investysii: praktyka ta dosvid. – 2011. – № 7. – S. 41–42.

Рецензія/Peer review : 03.11.2017
Надрукована/Printed : 25.12.2017
Рецензент: д. е. н., проф. Гончар О. І.