

УДК 332.1:631

Кравченко М. В.

Іжболдіна О. О.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

## ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА

Розвиток інтеграційних процесів в аграрному виробництві полягає в поступовому організаційному об'єднанні на паритетних засадах відокремлених різнопрофільних спеціалізованих підприємств з виробництва сировини, її зберігання, переробки та реалізації споживачам готової продукції, які функціонують в умовах суспільного поділу праці, в єдину інтегровану виробничо-правову структуру. У статті висвітлено теоретичні засади формування конкурентних переваг підприємств галузі птахівництва. Сформовано методичні підходи до управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Обґрунтовано організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентних переваг підприємств птахівничого комплексу. Конкурентоспроможне птахівниче підприємство має не тільки перевершити конкурентів щодо ефективнішого використання внутрішнього потенціалу, але й володіти гнучкою, адаптивною реакцією на зовнішні можливості та загрози.

**Ключові слова:** конкурентні переваги, організаційні засади, конкурентоспроможність, методичні підходи, пташине підприємство, інтегровані системи.

**Постановка проблеми.** Виробництво високоякісної органічної продукції та ефективність функціонування птахівничих підприємств є особливо актуальними в умовах поширення інтеграційних процесів [1, с. 4–6]. Останніми роками вітчизняні підприємства функціонують в умовах нестабільного конкурентного середовища, що потребує впровадження науково обґрунтованих підходів управління конкурентоспроможністю задля забезпечення стабільного становища господарюючого суб'єкта в стратегічній перспективі. З огляду на сучасні ринкові відносини, які характеризуються зростаючою конкуренцією, обмеженим фінансовим забезпеченням товаровиробників, невизначеністю та мінливістю політичних, економічних і соціальних факторів, головним завданням птахівничих підприємств стає прийняття ефективних управлінських рішень.

Конкурентоспроможне птахівниче підприємство має не тільки перевершити конкурентів щодо ефективнішого використання внутрішнього потенціалу, але й володіти гнучкою, адаптивною реакцією на зовнішні можливості й загрози. Забезпеченню конкурентоспроможного розвитку підприємств перешкоджають безсистемність та розпорошеність надходжень коштів у модернізацію їх виробничої діяльності, низька інвестиційна активність, відсутність комплексного застосування інноваційних технологій, недосконалість економічного механізму управління виробничим процесом, міжгалузевих зв'язків та економічних відносин із переробними підприємствами та підприємствами торгівлі, недостатня державна підтримка.

У цьому аспекті особливої актуальності набуває дослідження формування й розвитку конкурентоспроможності підприємств птахівничого комплексу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання методології вибору та практики реалізації напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств досліджені в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, таких як І.І. Вініченко, Я.А. Жаліло, Є.А. Олейников, А.І. Паламарчук, В.С. Пономаренко, Л.Ю. Мельник, В.П. Пономарьов, В.П. Мартинюк, Т.Г. Сухокурова, Г.А. Пастернак-Таранушенко, С.І. Пирожков, В.І. Щелкунов, В.М. Геєць, О.М. Кірієнко, Т.Т. Ковальчук, В.І. Мунтіян, В.В. Гончаров, О.Я. Маліновська, С.М. Ілляшенко, Т.Б. Кузенко, С.Г. Міщенко, М.М. Єрмошенко, А.К. Кінах. Дослідженню теорії та розробленню заходів щодо

забезпечення конкурентоспроможності саме птахівничих підприємств присвячені праці А.В. Гарасима, Н.І. Голомши, Н.О. Грабко, Л.В. Джемелінської, Л.І. Євчук, М.В. Заходим, М.С. Ільчука, Д.О. Семенди, Я.В. Тивончука, Є.С. Улько та інших науковців.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте недостатньо дослідженими залишаються питання системного підходу до розуміння конкурентоспроможності як комплексної економічної категорії, взаємозв'язку конкурентоспроможності з конкурентними перевагами підприємств та організаційно-економічних заходів реалізації конкурентного потенціалу суб'єктів аграрного ринку.

**Мета статті.** Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо формування й підвищення конкурентних переваг птахівничих підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Серед усіх продовольчих товарів важливе місце посідають органічні продукти, зокрема м'ясо птиці (кури, гуси, качки, індики), а ринок органічної продукції за рівнем значущості займає лідируючі позиції в системі вітчизняних ринків продовольства. В Україні продукти з птиці традиційно належать до числа пріоритетних груп продовольчих товарів. Ступінь забезпеченості населення продуктами птиці є одним з ключових індикаторів якості життя населення та стану продовольчої безпеки країни. Отже, об'єктивна необхідність організації процесу управління конкурентоспроможністю підприємства в аграрному секторі обґрунтовується такими положеннями:

- переробні організації є відкритими системами, повністю залежними від стану зовнішнього середовища;
- в умовах активної конкурентної боротьби між виробниками органічної продукції стратегічна орієнтація цілей підприємства на перспективу дає змогу 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.

Зважаючи на недостатність вивчення цієї проблеми, вважаємо за необхідне виділити особливості формування конкурентних переваг, які властиві підприємствам аграрного сектору.

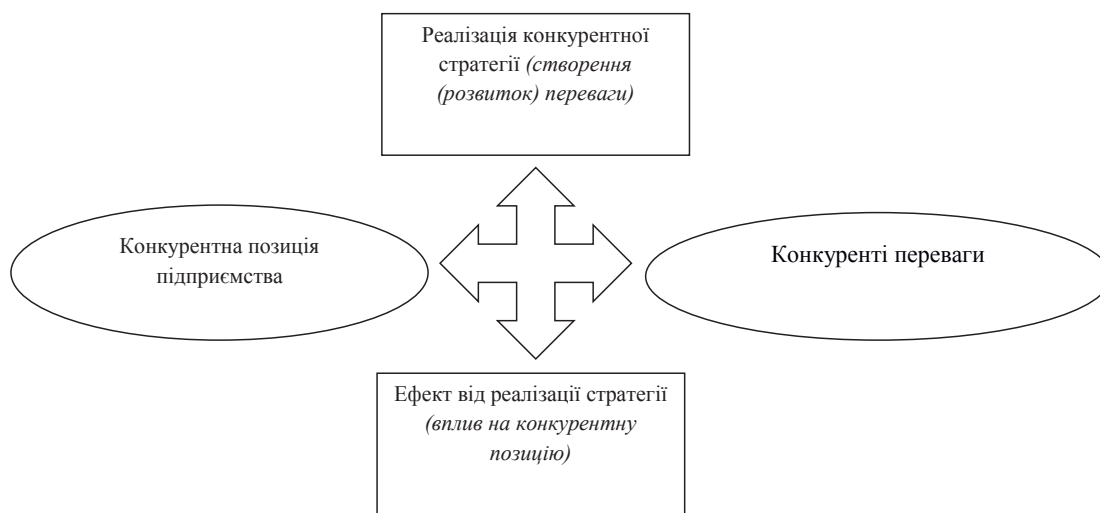


Рис. 1. Циклічність процесу стратегічного формування конкурентних переваг агропромислового підприємства

Конкурентоспроможність виробника показує його пристосованість у стратегічній перспективі до зовнішніх змін. Деякими авторами під конкурентоспроможністю суб'єкта розуміється комплекс взаємопов'язаних економічних характеристик (факторів), вплив на які дасть змогу досягти ринкової переваги [2, с. 184]. Інші дослідники визначають конкурентоспроможність суб'єкта як здатність максимально ефективно використовувати наявний потенціал задля забезпечення вигідної ринкової позиції [3, с. 223–229].

Наявність багатьох трактувань конкурентоспроможності та відсутність єдиного методичного підходу до її оцінювання свідчать про важливі проблеми та необхідність її подальшого дослідження. Під конкурентоспроможністю підприємства будемо розуміти багатофакторну характеристику, яка відображає здатність суб'єкта змагатися з конкурентами в межах певного ринкового простору за рахунок забезпечення конкурентних переваг внутрішніх складових господарської діяльності та виробленої продукції (товарів, послуг) відповідно до вимог цього ринку та споживчих потреб у конкретний момент часу.

Конкурентний статус виробника впливає на розроблення та вибір стратегічних управлінських рішень в галузі формування конкурентних переваг. Різні типи виробників диференційовані за розміром та ринковою часткою. Вони також різняться внутрішніми можливостями, що разом з характером та силою зовнішньої дії впливає на процес формування конкурентних переваг та приводить до створення характерних типів.

Наявність у структурі сучасних ринків декількох внутрішньогалузевих сегментів приводить до того, що виробник або зосереджений на незначній кількості ринків, або намагається охопити їх більшість. Конкурентна позиція підприємства, яка досягнута завдяки використанню наявних переваг, є так званою відправною точкою під час вибору майбутньої конкурентної стратегії, що припускає формування нових типів переваг (рис. 1).

Відповідно до наведеної інформації підприємство під час зміни ринкових позицій проходить цикл конкурентного розвитку. В цьому процесі реалізується стратегія формування конкурентних переваг агропромислового підприємства.

Фактичний конкурентний статус суб'єкта передбачає декілька альтернатив подальшого розвитку, які визначаються силою та характером впливу зовнішнього середовища [4, с. 32–38].

Зміна конкурентного статусу виробника в результаті впливу зовнішніх умов господарювання передбачає також зміну типів створюваних переваг. Визначення місця й ролі суб'єкта в конкурентному середовищі є необхідною умовою подальшого розроблення конкурентної стратегії.

Оскільки кінцевою метою конкурентного розвитку суб'єкта є створення та розвиток типів конкурентних переваг, то простежується очевидний взаємозв'язок останніх з типом реалізованої стратегії (табл. 1).

Будучи самоорганізованою системою, ринок продукції птахівництва складається з багатьох взаємозалежних структурних елементів та поділяється на підсистеми залежно від типу продукту, його призначення, а також територіальних меж ринку. Ринок органічної продукції характеризується високою технологічною диверсифікацією виробництва, що дає змогу випускати різні види продукції [5, с. 32–38]. Однак товарна субституція між основними видами продуктів досить обмежена, що дає змогу вельми умовно говорити про споживчий попит, пропозицію та ціни на них в межах одного ринку.

В результаті проведеного аналізу структурних елементів ринку готової органічної продукції узагальнено основні групи чинників, які визначають загальний напрям розвитку зовнішнього ринкового середовища. Безпосередній вплив на процес формування конкурентних переваг мають специфічні особливості внутрішнього потенціалу підприємств галузі птахівництва, а саме використання в процесі виробництва природно-біологічних факторів; можлива недоцільність виробництва тих чи інших продуктів харчування; те, що земля є не тільки об'єктом праці, але й її предметом, а також основним засобом виробництва; існування в межах регіональних кордонів підприємства не відокремлено, а на основі оптимального поєднання з іншими, завдяки чому утворюється кластер; різноманітність форм власності, форм господарювання та розмірів підприємств; розташування виробництва на певній території та прикріплення його до окремих

Таблиця 1

## Трансформація типів конкурентних переваг залежно від типу конкурентної позиції суб'єкта та характеру зміни привабливості зовнішнього середовища

Тип конкурентної позиції	Типи конкурентних переваг	Загальний напрям розвитку суб'єкта конкуренції		
		негативний	нейтральний	позитивний
Спеціалізований лідер	Сконцентрована диференціація	Диференціація, поєднання типів	Сконцентрована диференціація	Сконцентрована диференціація
Універсальний лідер	Низькі витрати	Низькі витрати, сконцентрована диференціація, поєднання типів	Низькі витрати	Низькі витрати
Спеціалізований послідовник	Сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів	Сконцентрована диференціація	Сконцентрована диференціація, поєднання типів	Низькі витрати, поєднання типів, сконцентрована диференціація
Універсальний послідовник	Низькі витрати, поєднання типів	Сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів, низькі витрати	Низькі витрати, диференціація, поєднання типів	Низькі витрати
Спеціалізований аутсайдер	Сконцентрована диференціація, відсутність переваг	Відсутність переваг	Сконцентрована диференціація	Сконцентрована диференціація, низькі витрати, поєднання типів
Універсальний аутсайдер	Низькі витрати, відсутність переваг	Сконцентрована диференціація, поєднання типів	Низькі витрати, диференціація, поєднання типів	Низькі витрати, диференціація, поєднання типів

сировинних зон; сезонність виробництва продукції, обумовлена розбіжністю робочого періоду з періодом виробництва; задоволення потреби населення в продовольстві; спеціалізація на випуску певних видів продукції.

Ідентифікація виробником типів конкурентних переваг (наявних та потенційних) пов'язана з певними труднощами, серед яких слід назвати відсутність науково обґрунтованих підходів до вивчення системи внутрішніх та зовнішніх чинників впливу на господарюючий суб'єкт. Наслідками цього є відсутність у суб'єктів ефективних управлінських та організаційно-економічних механізмів реагування на зміни зовнішнього середовища, недосконалість методичного апарату оцінювання конкурентних переваг, що приводить до низької конкурентоспроможності переробних підприємств.

У світовій економічній науці вивченню методологічних основ аналізу та оцінювання конкурентоспроможності підприємств присвячено значний доробок наукових досліджень. Нині на практиці застосовується широкий арсенал підходів та методів оцінювання як конкурентоспроможності, так і конкурентних переваг. Суб'єктивні методи використовують під час визначення конкурентних переваг методичний інструментарій, який ґрунтується на вивченні причинно-наслідкових зв'язків, даних статистики, інтуїції та досвіду. До них належать методи соціологічних досліджень та експертні методи. Оцінювання конкурентних переваг за допомогою об'єктивних методів полягає в незалежному визначенні системи факторів та причинно-наслідкової структури досліджуваного явища, вони перевіряються експериментально та піддаються об'єктивному спостереженню й вимірюванню.

Методи оцінювання конкурентоспроможності та окремих переваг відрізняються одні від одних тим, що дають змогу оцінити загальний та частковий рівні переваг відповідно. Кожен з методів має характерні переваги й недоліки, що впливають на можливість їх практичного застосування під час оцінювання конкурентоспроможності та окремих переваг.

Отже, незважаючи на значну кількість наукових досліджень оцінювання конкурентоспроможності підприємств, слід зазначити, що універсальні методи відсутні. Кожному із сучасних методів притаманні певні недоліки, які знижу-

ють практичну цінність дослідницьких результатів. Недосконалість окремих методів оцінювання позначається на різноманітності підходів до процесу вивчення конкурентних переваг та обмеженості можливостей щодо їх застосування. Цей факт пояснюється зосередженням уваги дослідників на окремих аспектах предмета дослідження, а також особливостями вибору об'єкта й масштабу дослідження, інструментарію.

Отже, процес вивчення конкурентних переваг птахівничих підприємств має не тільки ґрунтуватися на властивостях та особливостях категорії конкурентоспроможності, але й повністю відповідати специфіці галузі. В цьому разі перед виробниками як суб'єктами управління постає необхідність вирішення таких завдань, як оцінювання не тільки фактичного рівня конкурентоспроможності, але й потенційно можливого її рівня; відображення в результатах аналізування факторної складової конкурентоспроможності; дослідження конкурентних переваг на рівні суб'єкта та продукції; підбір методів та інструментів оцінювання відповідно до специфіки дослідження.

Наведений аналітичний огляд методів оцінювання конкурентоспроможності та окремих конкурентних переваг поряд з обмеженістю конкретних методів засвідчив також практичну цінність кожного з них. Таким чином, можна припустити, що дослідження конкурентоспроможності має ґрунтуватися на застосуванні декількох взаємодоповнюючих груп методів, які дають змогу відобразити всі необхідні аспекти її формування, а в перспективі сформувати інтегральну оцінку конкурентоспроможності та окремих конкурентних переваг.

В контексті зазначених проблем важливим є дослідження конкурентних переваг агропромислових підприємств на регіональному ринку. Характер розвитку конкурентних переваг підприємства визначається динамікою факторів зовнішнього середовища.

**Висновки і пропозиції.** З огляду на сучасний стан агропромислового виробництва досить важливим шляхом його розвитку є становлення власного напрямку ефективної інтеграції, який би найкращим чином відповідав національним інтересам, наявним ресурсам, географічному положенню та потенційним можливостям кра-

їни. Головне завдання інтегрованої корпоративної структури полягає в досягненні конкурентних економічних переваг за рахунок синергетичного ефекту, зростання продуктивності праці, диверсифікації та раціональної спеціалізації виробництва, зниження накладних витрат, підвищення рівня управління. Розвиток інтеграційних процесів в аграрному виробництві полягає в поступовому організаційному об'єднанні на паритетних засадах відокремлених різнопрофільних спеціалізованих виробництв зі створення сировини, її зберігання, перероблення та реалізації споживачам готової продукції, які функціонують в умовах суспільного поділу праці, в єдину інтегровану виробничо-правову структуру.

Інтегрована система формування сфери виробництва та переробки органічних продуктів пови-

нна базуватись на певних загальнонаукових методологічних засадах, серед яких необхідно виділити системність, пріоритетність, комплексність, наукове обґрунтування, формування оптимального організаційно-економічного механізму господарювання, збалансованість та пропорційність, адекватність, поєднання регіонального та галузевого планування тощо. Відповідно до сучасних проблем розвитку сфери перероблення та виробництва продуктів органіки наявні засади пропонуємо доповнити такими, як єдність процесу розвитку агропромислового комплексу та модернізаційних змін економіки країни; узгодженість інтересів та ефективності; плановість та збалансованість; модернізація та розвиток; регулювання зовнішньоекономічних відносин; активізація інноваційних процесів.

#### Список використаних джерел:

1. Вініченко І.І., Маховський Д.В. Стан та перспективи розвитку птахівничих підприємств в Україні. *Агросвіт*. 2015. № 24. С. 4–6.
2. Березін О.В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
3. Заруцький І.Д. Підвищення конкурентоспроможності підприємства через вдосконалення організації виробництва. *Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету. Елтон-2*. 2008. № 85. С. 223–229.
4. Циганок О.О. Потенціал підприємства та резерви підвищення конкурентоспроможності. *Держава та регіони*. 2009. № 4. С. 201–203.
5. Щетініна І.О., Дяченко В.І. Значення інноваційного розвитку для птахівництва. *Сучасний стан виробництва м'яса птиці в Україні та перспективи розвитку Інститут птахівництва УААН*. 2009. С. 32–38.

#### References:

1. Vinichenko I.I., Makhovskiy D.V. (2015). Stan ta perspektyvy rozvytku ptakhivnychych pidpryiemstv v Ukraini [State and prospects of poultry enterprises in Ukraine]. *Ahrosvit*, no. 24, pp. 4–6.
2. Berezin O.V. (2008). Prodovolchyi rynek Ukrainy: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannya i rozvytku [Food Market of Ukraine: Theoretical and Methodological Principles of Formation and Development]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury.
3. Zarutskiy I.D. (2008). Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva cherez vdoskonalennia orhanizatsii vyrobnytstva [Increasing the competitiveness of the enterprise through improved production organization]. *Collection of scientific works of the Luhansk National Agrarian University*, no. 85, pp. 223–229.
4. Tsyhanok O.O. (2009). Potentsial pidpryiemstva ta rezervy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti [Potential of enterprise and reserves for increasing competitiveness]. *State and regions*, no. 4, pp. 201–203.
5. Shchetinina I.O., Diachenko V.I. (2009). Znachennia innovatsiinoho rozvytku dlia ptakhivnytstva. Suchasnyi stan vyrobnytstva miasa ptytsi v Ukraini ta perspektyvy rozvytku [Significance of innovative development for poultry farming. Current state of poultry production in Ukraine and prospects of development]. *Institute of poultry farming of UAAN, Ukraine*, pp. 32–38.

**Кравченко Н. В.**

**Ижболдина А. А.**

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

#### ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ПТИЦЕВОДСТВА

##### Резюме

Развитие интеграционных процессов в аграрном производстве заключается в постепенном организационном объединении на паритетных началах обособленных разнопрофильных специализированных производств по производству сырья, его хранения, переработке и реализации потребителям готовой продукции, которые функционируют в условиях общественного разделения труда, в единую интегрированную производственно-правовую структуру. В статье освещены теоретические основы формирования конкурентных преимуществ отрасли птицеводства. Сформированы методические подходы к управлению конкурентоспособности аграрных предприятий. Обоснованы организационно-экономические меры по повышению конкурентных преимуществ предприятий птицеводческого комплекса. Конкурентоспособное птицеводческое предприятие должно не только превзойти конкурентов по эффективному использованию внутреннего потенциала, но и обладать гибкой, адаптивной реакцией на внешние возможности и угрозы.

**Ключевые слова:** конкурентные преимущества, организационные основы, конкурентоспособность, методические подходы, птицеводческое предприятие, интегрированные системы.

**Kravchenko Mykola**

**Izboldina Olena**

Dniprovsky State Agrarian and Economic University

## THE BASIC BASES FOR THE COMPETITION OF BATTLE COMPLEXES

### Summary

The development of integration processes in agro-industrial production is gradual institutional unification on an equal footing separate various specialized industries for the production of raw materials, storage, processing and sale to consumers of finished products, which operate in a social division of labor, into a single, integrated production and the legal structure. The article deals with theoretical bases of formation of competitive advantages of agricultural enterprises. Methodical approaches to management of competitiveness of agricultural enterprises. Grounded organizational and economic measures to increase competitive advantages of enterprises of agro industrial complex. A competitive poultry enterprise must not only surpass its competitors in terms of efficient use of internal potential, but also have a flexible, adaptive response to external opportunities and threats. Ensuring the competitive development of enterprises is hampered by unsystematic and scattered receipts of funds for the modernization of their production activities, low investment activity, the lack of comprehensive application of innovative technologies, the imperfection of the economic mechanism for managing the production process and inter-branch relations and economic relations with processing enterprises and trade enterprises, and insufficient state support. The process of studying the competitive advantages of poultry enterprises should be based not only on the characteristics and characteristics of the competitiveness category, but also in full compliance with the specifics of the industry. In this case, before the producers, as the subjects of management, the need to address the following tasks: the assessment of not only the actual level of competitiveness, but also the potentially possible level; reflection in the results of the analysis of the factor component of competitiveness; research of competitive advantages at the level of the subject and products; selection of methods and tools for evaluation according to the specificity of the study. The presented analytical review of methods for assessing the competitiveness and individual competitive advantages, along with the limited specific methods, showed the practical value of each of them. Thus, it can be assumed that research on competitiveness should be based on the use of several complementary groups of methods that can reflect all the necessary aspects of its formation and, in the long run, form an integral assessment of competitiveness and individual competitive advantages. In the context of these problems, the study of competitive advantages of agro-industrial enterprises in the regional market is important. The nature of the development of competitive advantages of the enterprise is determined by the dynamics of factors of the environment.

**Keywords:** competitive advantages, organizational principles, competitiveness, methodological approaches, avian enterprise, integrated systems.