

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистичний щорічник України за 2010 рік / за ред. О.Г. Осауленко. – К.: Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – 566 с.
2. Хомяков В.І. Економіка сучасної України: навч. посіб. / В.І. Хомяков, І.В. Бакум. – К.: Кондор, 2009. – 426 с.
3. Маказан Є.В. Проблеми зовнішньоекономічної діяльності агропромислового комплексу України / Є.В. Маказан, А.О. Кріпак // Облік, контроль та аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – 137 с.
4. Россоха В.В. Вплив світової кризи на аграрний сектор України / В.В. Россоха // Облік, контроль та аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – 137 с.
5. Дяченко О.В. Сучасний стан на ринку олійних культур та його оцінка / О.В. Дяченко // Облік, контроль та аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – 137 с.
6. Яценко О.М. Економічний аналіз загального стану сировинних ресурсів переробної та харчової промисловості / О.М. Яценко // Облік, контроль та аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2010.
7. Нужна О.А. Тенденції розвитку агрохолдингів в Україні / О.А. Нужна // Облік, контроль та аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – 137 с.
8. Сільське господарство Черкащини 2010: стат. зб. / за ред. В.П. Приймак – Черкаси: Головне управління статистики в Черкаській області, 2011. – 253 с.
9. www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України

Стаття надійшла до редакції 29.08.2012.

УДК 338.43.009.12

**Яценко В.М., д.е.н., професор,
Карпенко Я.В., аспірант**
Черкаський державний технологічний університет

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статье проанализированы методические подходы к определению категории «конкурентное преимущество», рассмотрены факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятий. Рассмотрен механизм формирования конкурентных преимуществ перерабатывающих и сельскохозяйственных предприятий. Исследовано их значение для повышения конкурентоспособности предприятий на долгосрочную перспективу.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, перерабатывающие предприятия, сельскохозяйственные предприятия.

In the article methodological approaches to the definition of the category of «competitive advantage» are analyzed, the factors which influence on the formation of competitive advantages are considered. The mechanism of the formation of agricultural and processing enterprises competitive advantages is considered. Their importance for the increase of enterprises competitiveness in long term perspective is investigated.

Key words: competitiveness, competitive advantages, processing enterprises, agricultural enterprises.

Постановка проблеми. Ефективність діяльності підприємства в умовах ринкової економіки багато в чому визначається його конкурентною позицією, яка залежить від наявних конкурентних переваг. Проблема забезпечення виживання та неперервного розвитку є однією з першочергових для будь-якого підприємства, а в основі її розв'язання лежить робота зі створення конкурентних переваг. Проте переробні, а особливо сільськогосподарські підприємства не завжди приділяють достатню увагу визначенню і формуванню власних конкурентних переваг, що не дає змоги повністю реалізувати їх виробничий потенціал і може бути перепорою для сталого розвитку. Той факт, що Україна є членом Світової організації торгівлі, також підсилює актуальність проблеми формування конкурентних переваг вітчизняних сільськогосподарських та переробних підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Різноманітні аспекти конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств детально розглянуті в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема: М. Портера, Ж.Ж. Ламбена, А. Чандлера, Г.Л. Азоєва, Р.А. Фатхутдінова, Ю.Б. Іванова, А.Ю. Юданова, Е.П. Голубкова, С.Г. Светуцькова, А.П. Градова, С. Попова, Н. Куденка, В.Я. Месель-Веселяка, П.Т. Саблука, О.О. Школьного, О.М. Шпичака та ін. Аналіз публікацій свідчить про складність та комплексний характер досліджуваного питання.

Метою цієї статті є визначення сутності категорії «конкурентна перевага», розгляд видів та ознак конкурентних переваг, встановлення принципів формування конкурентних переваг, окреслення особливостей формування конкурентних переваг аграрних та переробних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Різні дослідники використовують різноманітні визначення поняття конкурентних переваг, проте, на наш погляд, тлумачення Ю. Іванова найбільш повно відображає його сутність: «конкурентні переваги – це позитивні відмінності підприємства від конкурентів в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються» [5, с. 32].

Загалом, існує кілька підходів до визначення поняття конкурентної переваги, серед них можна виділити три основні: компаративний підхід (конкуренція розглядається як здатність випереджати суперників); ресурсний підхід (ґрунтується на здатності підприємства максимально ефективно використовувати наявні ресурси); ціннісно-компетентнісний підхід (конкурентну перевагу розглядається як висока компетентність у будь-якій галузі діяльності чи у випуску продукції порівняно з конкуруючими підприємствами). При цьому, більшість існуючих підходів збігаються у визначенні основних властивостей поняття конкурентної переваги, які полягають у такому:

- відносність – за своєю сутністю конкурентна перевага виявляється лише при порівнянні конкурентних позицій кількох підприємств або позицій; конкурентна перевага, що забезпечила успіх одного підприємства, необов'язково підійде для іншого;
- динамічність – можливість змінюватися залежно від стадії життєвого циклу товару, конкурентного оточення, зміни попиту на продукцію та інших факторів зовнішнього середовища;
- адаптивність – мінливість умов ринку, в яких функціонує організація, вимагає швидкого пристосування конкурентних переваг до цих умов;
- стійкість – здатність конкурентної переваги зберігатися протягом тривалого періоду часу (детермінується тривалістю її життєвого циклу);
- ефективність – отримання фінансового ефекту, який розраховується як фінансовий результат, отриманий від використання конкурентної переваги, в перерахунку на одиницю витрат, пов'язаних з її забезпеченням та ін. [5, с. 35–36].

Конкурентні переваги підприємств також класифікуються за відповідними ознаками:

- за джерелом походження – внутрішні та зовнішні конкурентні переваги створюються відповідно у внутрішньому та зовнішньому відносно організації середовищі; причому, якщо на внутрішні фактори підприємство має безпосередній вплив, то зовнішні конкурентні переваги складаються незалежно від організації і впливу на них вона практично не має;
- за ступенем стійкості та відтворюваності виділяють конкурентні переваги низького та високого порядку; їх градують залежно від витрат, необхідних конкурентам на відтворення та копіювання переваги – чим вищими є ці витрати, тим важче відтворювати конкурентні переваги, тим вищим є їх порядок [5, с. 43–57];
- за терміном дії конкурентні переваги поділяють на довгострокові (забезпечують лідерство продукції на ринку протягом всього її життєвого циклу) та короткострокові (діють лише протягом певного періоду – сезону, стадії життєвого циклу товару, виробничого циклу);
- за рівнем ієрархії виділяють конкурентні переваги на рівні товару, на рівні ринку, на рівні галузі та економіки в цілому;
- за методами конкуренції – цінові (нижча ціна виробництва за рахунок використання дешевшої сировини, новітніх ресурсозберігаючих технологій та ін.) та нецінові конкурентні переваги (підвищення та забезпечення стійкості якості товару, зменшення браку та ін.);
- за сферою прояву конкурентні переваги поділяють на ті, які проявляються під час проектування продукту, його виробництва, продажу, сервісу та експлуатації, причому оптимальним вважається одночасне поєднання всіх переваг даного типу, у цьому разі відбувається забезпечення сталих та довгострокових конкурентних переваг [2, с. 88];
- за видом одержуваного ефекту – екологічний, науково-технічний та соціальний типи конкурентних переваг;

- з огляду на вид фактора, який визначає конкурентну перевагу, виділяють конкурентні переваги, що ґрунтуються: на економічних факторах (стимулююча політика уряду, збільшення місткості ринку, зростання попиту, використання ефекту масштабу та ін.), на техніко-технологічних факторах (технологічні особливості виробництва), на організаційних, управлінських, екологічних, маркетингових, соціально-психологічних, природно-кліматичних, географічних та інших перевагах;
- за характером виникнення – первинні та вторинні конкурентні переваги (виникають внаслідок формування первинних);
- за взаємодією з п'ятьма силами конкуренції, запропонованими М. Портером, конкурентні переваги поділяють на забезпечувані взаємодією з постачальниками, споживачами, конкурентами, захистом від товарів-субститутів та конкуренцією на «центральному ринку»;
- за ступенем значення конкурентної переваги для підприємства – базові (їх формування та підтримання є надзвичайно важливим для підприємства і потребує значних витрат ресурсів та часу) та другорядні (їх формування потребує небагато ресурсів і забезпечує не дуже значний ефект);
- за можливістю впливу на перевагу виділяють регульовані й нерегульовані конкурентні переваги;
- за відповідністю цілям організації конкурентні переваги поділяють на тактичні та стратегічні. [6, с. 18–21].

Для підприємства оптимальним є формування внутрішніх переваг високого порядку – вони зазвичай вимагають значних інвестицій, але разом з тим є більш стійкими й гарантують довгострокове лідерство на ринку, в той час як зовнішні переваги перед конкурентами зазвичай мають низький порядок, є нестійкими, адже визначаються умовами зовнішнього середовища, яке може будь-якої миті змінитися.

Процес формування конкурентних переваг – складний та багатогранний, і серед науковців існують розбіжності у трактуванні його змісту. Підходи до тлумачення формування конкурентних переваг можна згрупувати за трьома основними напрямками (табл. 1).

Таблиця 1

Основні підходи до тлумачення формування конкурентних переваг

Назва підходу	Тлумачення
Процесний підхід	Формування конкурентних переваг підприємств розглядається як процес створення конкурентних переваг підприємства, який реалізується функціональними сферами діяльності підприємства і наслідком якого має стати покращення конкурентної позиції підприємства на ринку
Системний підхід	Формування конкурентних переваг – це система взаємопов'язаних елементів (цілей, методів, функцій органів управління, інформації та ін.) та взаємодія між ними з метою покращення конкурентної позиції підприємства
Функціональний підхід	Формування конкурентних переваг підприємства розглядається як одна з функцій менеджменту організації – управління конкурентними перевагами підприємства

Таким чином, формування конкурентних переваг підприємства можна визначити як механізм створення системи умов, необхідних для ефективного використання позитивних відмінностей підприємства від конкурентів, які в короткостроковому періоді забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємства, а в довгостроковому – його сталий розвиток.

Формування конкурентних переваг підприємства повинне здійснюватися відповідно до таких основних принципів:

- принцип адаптивності – здатність системи управління конкурентними перевагами ефективно виконувати свої функції та досягати поставлених перед нею завдань в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища організації;
- принцип інтеграції – узгодження забезпечуваних конкурентних переваг із цілями та завданнями, поставленими перед підприємством у довгостроковому і в короткостроковому періодах;
- принцип гнучкості – можливість зміни системи забезпечення конкурентних переваг підприємства в результаті накопичення інформації, модернізації технології або корегування стратегії діяльності організації;
- принцип динамічності – процес формування конкурентних переваг, аналіз і оцінка результатів проведеної роботи повинні мати динамічний характер, що диктується неперервним розвитком ринку та постійною зміною ринкових умов та кон'юнктури;
- принцип системності та комплексності полягає у розробці й виконанні цілого комплексу заходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- принцип інноваційності – впровадження інноваційних моделей менеджменту, використання нестандартних управлінських рішень та ін. є необхідним для досягнення довгострокового лідерства на ринку [2, с. 89].

На формування конкурентних переваг здійснюють вплив такі основні групи факторів:

- вхідні бар'єри на ринок, рівень яких визначається значною кількістю факторів, серед яких основними є місткість ринку та динаміка її зміни, переважний тип виробництва в галузі та пов'язаний з ним рівень витрат на виробництво і реалізацію продукції, ступінь диференціації продукції, доступність каналів розподілу продукції, потреба в додаткових капітальних вкладеннях, консерватизм існуючої системи поставок, рівень розвитку ринкової інфраструктури, криміногенний вплив на ринок та ін.;

- споживачі впливають на формування і утримання конкурентних переваг підприємства через постійно існуючу загрозу зменшення обсягів споживання, невисокий рівень купівельної спроможності споживачів, високий ступінь організації споживачів, рівень поінформованості споживачів та ін.;

- постачальники можуть впливати на конкурентні переваги через ціну та якість продукції, що ними пропонується;

- існування ринку товарів-замінників, зокрема їх асортименту, ціни, обсягу виробництва, ступеня задоволення потреб споживачів,

- значний вплив на забезпечення конкурентних переваг підприємств може здійснювати державна політика у сфері антимонопольного законодавства, регулювання умов конкуренції на внутрішньому ринку, регулювання експорту та імпорту продукції, управління підприємствами, що перебувають у державній власності, стандартизація продукції, патентно-ліцензійна політика, державне регулювання видобутку та використання природних ресурсів та корисних копалин і т.д. [1, с. 55–59].

Слід зазначити, що аграрний ринок має низку особливостей, які впливають на формування конкурентних переваг. Досягти значних конкурентних переваг в агропромисловому виробництві можна лише за наявності в державі паритету цін, тобто, співвідношення між цінами на сільськогосподарську продукцію і цінами на засоби виробництва, товари та послуги, які воно споживає, має залишатися постійним. Науково-обґрунтовані методи визначення конкурентоспроможності тієї чи іншої продукції дають можливість кожному товаровиробнику визначити слабкі та сильні сторони своєї продукції і на основі цього вибрати напрямок економічного розвитку, сформувавши стратегію і тактику досягнення найвищого ефекту в підприємницькій діяльності.

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції можна підвищити за допомогою внутрішніх і зовнішніх інвестицій. Інвестиційна програма розвитку досліджуваного підкомплексу має бути сформована за принципом органічної (організаційної, економічної, технологічної) єдності: виробництво сільськогосподарської продукції – переробка (добробка, зберігання) – реалізація. Для забезпечення розвитку сільськогосподарського виробництва на основі інноваційної моделі необхідно активізувати всі складові капіталу: виробничий, людський, фінансовий і капітал землі.

Потрібно відзначити, що сільськогосподарські підприємства, враховуючи специфіку аграрного ринку, функціонують в умовах досконалої (чистої) конкуренції. Це означає, що на цьому ринку діє значна кількість підприємств, що виробляють, розподіляють та реалізують однорідну (стандартизовану) продукцію, яка не різниться за своїми хіміко-біологічними, фізичними параметрами та органолептичними ознаками. Ринок чистої конкуренції дає можливість новим виробникам відносно легко увійти в цю сферу ринку.

Але потрібно зазначити, що на конкурентному ринку окремі підприємства не можуть здійснювати контроль над ціною продукції. Це суттєва особливість сільськогосподарських товарних ринків. Вона пояснюється тим, що через численність і зазвичай невеликий обсяг виробленої продукції аграрних підприємств кожне окреме підприємство (за винятком великих агропромислових холдингів) виробляє незначну частку продукції від загального обсягу та, відповідно, не впливає на цінову ситуацію на ринку конкретної продукції. Тому за орієнтир обирається середня ціна реалізації, що склалася в цілому на ринку.

Конкуренція базується на повній самостійності підприємств, що мають відповідні засоби для виробництва якісної продукції, що відповідає вимогам ринку та забезпечує попит на неї. Крім того, конкуренція створює передумови до підвищення зацікавленості підприємств у виробництві тієї продукції, яка забезпечить отримання прибутку, достатнього для відтворення виробничого процесу. Разом з тим, конкуренція вимагає функціонування стабільної фінансово-кредитної системи, спроможної забезпечувати діяльність значної кількості виробників.

Для успішної конкуренції та захоплення відповідних ніш ринку підприємствам аграрного профілю доцільно розглянути можливість свого розвитку за такими напрямками:

- забезпечення обсягу виробництва продукції, достатнього для впливу на конкретному ринку (зайняти нішу на ринку);

- контроль і підвищення якості продукції, що забезпечить підвищення середньореалізаційних (середньоголузевих) цін;

- зниження витрат виробництва (на одиницю продукції), що дасть змогу у разі зниження середньореалізаційних цін отримувати прибутки або знизити ризик отримання збитку (знижувати собівартість, збільшувати зону економічної безпеки) [3, с. 51].

Конкурентні переваги, як зазначалося раніше, можуть бути зовнішніми, якщо вони ґрунтуються на особливих, відмінних якостях продукції. Особливі властивості продукції дозволяють підприємству впливати на ринок за рахунок більш високих цін на неї. За рахунок якісних параметрів ціна буде вищою, ніж у конкурента, який не забезпечив відповідну якість власній продукції. Стосовно переробних підприємств варто зазначити, що для формування їх конкурентних переваг мають суттєве значення параметри попиту, рівень сформованості конкурентного середовища, рівень вхідних і вихідних бар'єрів у галузь та ін. Серед внутрішніх умов формування конкурентних переваг підприємств переробної промисловості варто виділити як один з найважливіших напрямів підвищення ефективності використання виробничо-технологічного потенціалу підприємств. Особливо це важливо при формуванні внутрішніх конкурентних переваг, спрямованих на реалізацію конкурентної стратегії лідерства за витратами. Резерви використання виробничо-технологічного потенціалу включають резерви використання основних фондів, виробничих площ, часу роботи обладнання, вдосконалення технології, поліпшення матеріально-технічного забезпечення і т.д. Зазначені напрями – невід'ємна умова формування зовнішніх конкурентних переваг, пов'язаних з диференціацією товару, а також пошуком свого цільового ринку.

Підприємство аграрного сектора виробництва також повинне чітко визначити стратегію своєї конкурентної поведінки на відповідному ринку. Для цього підприємство повинне визначити або створити свою конкурентну перевагу, яка зможе забезпечити для нього домінуючу позицію відповідно до підприємств-конкурентів. При цьому стратегія, обумовлена зовнішніми конкурентними перевагами, має для сільськогосподарського підприємства обмежений характер та значного впливу на формування ціни не створює через причини, наведені раніше. Тому можна зазначити, що для сільськогосподарського підприємства стратегія, яка базується на внутрішній конкурентній перевазі, є пріоритетною, адже її сутність полягає у домінуванні на ринку за витратами виробництва. За такою стратегією перевага підприємства буде проявлятися у меншій собівартості продукції, порівняно з конкурентами. Внутрішня конкурентна перевага дозволяє досягти більшої ефективності виробництва, що забезпечить більшу рентабельність та більшу стійкість при можливому зниженні цін реалізації продукції [3, с. 52].

Висновки. Формування конкурентних переваг для сільськогосподарських та переробних підприємств – це, з одного боку, процес створення умов, необхідних для ефективного використання позитивних відмінностей підприємства від конкурентів, а з другого – система цих відмінностей, які забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємства та його сталий розвиток.

Враховуючи особливості аграрного ринку, для ефективного конкурування сільськогосподарських підприємств пріоритетним можна визначити формування внутрішніх конкурентних переваг, таких як низька собівартість та якість продукції. Стосовно переробних підприємств варто зазначити, що свої успішні конкурентні стратегії вони можуть базувати на формуванні як зовнішніх, так і внутрішніх конкурентних переваг. Для формування зовнішніх мають суттєве значення параметри попиту, рівень сформованості конкурентного середовища, рівень вхідних і вихідних бар'єрів у галузь та ін. Серед внутрішніх умов формування конкурентних переваг підприємств переробної промисловості одним із найважливіших напрямів є підвищення ефективності використання виробничо-технологічного потенціалу підприємств. Особливо це важливо при реалізації конкурентної стратегії лідерства за витратами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография Новости», 2000. – 256 с.
2. Бескорса О.А. Сутність забезпечення конкурентних переваг підприємств / О.А. Бескорса // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2010. – № 6/1. – С. 85–92. – (Серія «Економіка і менеджмент»).
3. Білоусько Т.Ю. Визначення та формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств / Т.Ю. Білоусько // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. – 2011. – № 5. – С. 48–53. – (Серія «Економічні науки»).
4. Васютинська Ю.О. Шляхи розвитку молочної галузі України / Ю.О. Васютинська // Економіка АПК. – 2012. – № 1. – С. 166–170.
5. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: [монографія] / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Харків: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
6. Нефедова О.Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства / О.Г. Нефедова // Економіка і регіон. – 2007. – № 4 (15). – С. 115–120.
7. Яценко В.М. Аналіз стану та стратегія розвитку АПК України: [монографія] / Яценко В.М. – Черкаси: ЧДТУ, 2003. – 428 с.

Стаття надійшла до редакції 05.09.2012.