

Ігор Богданович ЯЦІВ

доктор економічних наук,
доцент,
проректор,
Львівський національний аграрний університет
E-mail: igyatsiv@ukr.net

Світлана Федорівна ЯЦІВ

кандидат економічних наук,
доцент,
кафедра економіки,
Львівський національний аграрний університет
E-mail: svitlana-yatsiv@ukr.net

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Яців, І. Б. Особливості формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств [Текст] / Ігор Богданович Яців, Світлана Федорівна Яців // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2018. – Том 28. – № 1. – С. 278-285. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Для сільськогосподарських підприємств, як й інших суб'єктів підприємницької діяльності, є актуальним здобуття конкурентних переваг, пов'язаних з нижчими витратами та високою якістю продукції.

При виконанні дослідження, результати якого викладені у статті, застосована методика, що дає змогу встановити переважачі підходи й основні результати формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств. Вона ґрунтується на аналітичному групуванні сукупності підприємств за ознаками, що виступають критеріями конкурентних переваг чи конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

З'ясовано, що більшість сільськогосподарських підприємств досліджуваного регіону вбачають у стратегії низьких витрат економію коштів, яка веде до зниження продуктивності угідь і тварин. Ефект у формі нижчої собівартості є короткочасовим і не забезпечує формування стійкої конкурентної переваги. Стратегію, зорієнтовану на отримання конкурентної переваги у формі вищої реалізаційної ціни, застосовує обмежене коло сільськогосподарських виробників. Охарактеризовано підходи, покладені в основу стратегій великих підприємств, що можуть залучити у виробництво значні фінансові ресурси. Вони орієнтуються на збільшення своїх часток на ринках сільськогосподарської продукції і ресурсів, нерідко показуючи у звітності збитки від основної діяльності.

Ключові слова: конкурентна перевага; конкурентоспроможність; сільськогосподарські підприємства; сільськогосподарська продукція; стратегія; витрати.

Ihor Bohdanovych YATSIV

Doctor of Sciences (Economics),
Associate Professor,
Vice-Rector,
Lviv National Agrarian University
E-mail: igyatsiv@ukr.net

Svitlana Fedorivna YATSIV

PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of Economics,
Lviv National Agrarian University
E-mail: svitlana-yatsiv@ukr.net

PECULIARITIES OF THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Abstract

For agricultural enterprises, as well as other subjects of entrepreneurial activity, the acquisition of competitive advantages connected with lower costs and high quality of products becomes actual one.

In this research, we have used the method that allows establishing the prevailing approaches and the main results of the formation of competitive advantages of agricultural enterprises. It is based on the analytical grouping of a set of enterprises. They can serve the criteria of competitive advantages or competitiveness of economic entities.

It is revealed that the majority of agricultural enterprises of the region under study can see only cost savings in the theory of low cost savings and. It can lead to a decrease in the productivity of land and animals. The effect in the form of lower cost is a short-term one and it does not ensure the formation of a stable competitive advantage. A strategy, which is focused on obtaining a competitive advantage in the form of a higher selling price, applies a limited range of agricultural producers. The approaches, which are the basis for the strategies of large enterprises that can attract significant financial resources into production, are characterised. They focus on increasing their shares in the markets of agricultural products and resources. The often show in the report losses from the main activities.

Keywords: *competitive advantage; competitiveness; agricultural enterprises; agricultural products; strategy; costs.*

JEL classification: D22, Q12

Вступ

Загострення конкурентних відносин у середовищі функціонування агровиробників змушує їх активно відстоювати свої інтереси на галузевому ринку. Вони повинні докладати значних зусиль, щоби забезпечити відповідність своєї продукції зростаючим вимогам споживачів. Розробка комплексу заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності вироблюваної продукції, здобуття конкурентних переваг є важливим завданням для будь-якого сільськогосподарського підприємства.

Відповідні заходи формують певну конкурентну стратегію, яка повинна враховувати запити споживачів, передбачати удосконалення технологій і організації виробництва, раціональне використання та зміцнення матеріально-технічної бази тощо. Однак у діях багатьох сільськогосподарських підприємств України відсутня системність у розробці й реалізації таких стратегій. Вони не звертають належної уваги обґрунтуванню свого місця в конкурентному середовищі з урахуванням характеристик останнього та власних ресурсних можливостей. Дослідження результатів зусиль сільськогосподарських виробників з досягнення ними певних конкурентних переваг дає змогу оцінити перспективність існуючих векторів розвитку вітчизняного аграрного сектору.

Теоретико-методичні та практичні аспекти формування й використання конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств є предметом уваги багатьох учених. Серед доробку вітчизняних економістів варто виділити опубліковані в останні роки ґрунтовні праці В. Г. Грановської, Ю. І. Данька, Ю. О. Зайцева, В. Ю. Ільїна, О. О. Красноручького, В. В. Макогона, О. М. Николюк, Г. Є. Федосєєвої та інших авторів. Ними визначені підходи до ідентифікації конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, запропонована їх класифікація, методи оцінки, сформульовані пропозиції щодо забезпечення таких переваг тощо.

Серед найважливіших передумов формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств дослідники виділяють компетенції керівництва і персоналу [1, с.261], управління

витратами та якістю продукції [2, с. 96; 3, с. 59], здатність забезпечити максимально ефективне використання ресурсів через оптимізацію виробничих процесів [4, с. 58]. Николук О. М. розглядає способи формування та джерела конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, серед яких – ціна, собівартість та якість продукції, масштаб виробництва, характеристики ресурсного потенціалу, бренд підприємства [5, с. 83-87]. У якості індикаторів наявності конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств автори розглядають показники ціни, рівня рентабельності реалізації продукції, масштабу виробництва [6, с. 109; 7, с. 110], частки ринку [5, с. 139; 8, с. 211].

Дослідники пов'язують формування конкурентних переваг з реалізацією певної конкурентної стратегії [1, с. 263; 9, с. 76]. Серед активізаторів конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств розглядають диверсифікацію виробництва, інноваційну діяльність, оптимізацію системи управління підприємством [2, с. 97; 5, с. 242; 10, с. 36]. Поряд з тим, на думку Г. В. Спаського, вітчизняні підприємства через відсутність ефективного конкурентного середовища не використовують усталені шляхи здобуття конкурентних переваг, орієнтуючись насамперед на монопольний доступ до ресурсів держави [10, с. 37-38].

Теоретичні викладки дослідники верифікують ґрунтовним аналізом результатів функціонування окремих агровиробників та їх сукупностей [3, с. 57-59; 4, с. 119-131; 6, с. 109-110; 7, с. 111;], використанням результатів анкетного опитування спеціалістів сільськогосподарських підприємств [5, с. 143-144]. Однак динамічні зміни в середовищі функціонування сільськогосподарських підприємств, значна варіація основних характеристик їх розмірів та спеціалізації вимагають продовження дослідження особливостей формування конкурентних переваг агровиробників, їх ідентифікації та оцінки значущості.

Мета статті

Метою статті є з'ясування основних принципів формування конкурентних переваг, на які орієнтуються сільськогосподарські підприємства регіону, та оцінка їх перспективності.

Виклад основного матеріалу дослідження

У трактуванні в наукових публікаціях дефініції «конкурентна перевага» простежуються два основних підходи: ототожнення її з цінною для споживачів характеристикою товару та з наявністю у виробника засобів (можливостей), здатних забезпечити йому перевагу над конкурентами. Застосування першого підходу пов'язане з тим, що результат конкуренції проявляється на стадії реалізації товару. Та значна частина дослідників прив'язують конкурентну перевагу до дій суб'єкта підприємницької діяльності. Наприклад, відомий американський економіст Майкл Портер розглядає її як інтегральний ресурс, у формуванні якого задіяні всі ресурси підприємства, його контакти з партнерами [11, с. 623].

Окремі дослідники розглядають конкурентну перевагу як чинник (набір чинників), що впливає на результати його функціонування [1, с. 260; 4, с. 75; 12, с. 201]. Поділяючи цю позицію, спираємося у своєму дослідженні на таке твердження: конкурентна перевага – це кращий, з точки зору результатів конкурентної боротьби, стан чинника конкурентоспроможності підприємства у зіставленні зі станом цього чинника в його конкурентів. Зазначимо, що чинник конкурентоспроможності ми трактуємо як певну характеристику суб'єкта конкурентних відносин чи середовища, в якому він функціонує, що спроможна впливати на результат конкуренції [13, с. 79].

Майкл Портер сформулював твердження про існування двох основних видів конкурентних переваг – нижчих витрат і диференціації товарів. Останню розглядають як спроможність запропонувати покупцеві унікальну і більшу цінність у вигляді нового товару, особливих його споживчих характеристик [11, с. 55-56]. Таке трактування конкурентних переваг набуло значного поширення і з певними коментарями може бути застосоване до сільськогосподарських підприємств та їх продукції.

Переважає більшість продукції сільськогосподарських виробників – сировина з уніфікованими характеристиками, яка реалізується за цінами, що їх визначають покупці – переробні та заготівельні підприємства. У процесі її реалізації мало задіяні такі чинники, як бренд товару, ексклюзивна цінність. Тому особливого значення в галузі набуває конкурентна перевага, втілена у нижчих витратах – нижчій виробничій собівартості одиниці продукції, оптимальних накладних витратах. На ринках, де ціни диктуються покупцями, наявність нижчих витрат означає можливість отримання більшого прибутку й інвестування його в розвиток підприємства-виробника.

Унікальна цінність рідко зустрічається в асортименті сільськогосподарської продукції, і коло виробників, які могли б орієнтуватися на неї як на конкурентну перевагу, вкрай обмежене. Водночас диференціація товарів у галузі наявна через варіацію якості продукції. Привабливіший продукт як вид конкурентної переваги відображається у вищій його якості, а індикатором наявності цієї переваги є вища реалізаційна ціна.

За рівнем виробничої собівартості та реалізаційної ціни можна з'ясувати наявність конкурентних переваг в окремих сільськогосподарських підприємств. Однак конкурентна перевага – ще не гарантія

конкурентоспроможності, а лише умова її досягнення. Для оцінки ефективності конкурентної стратегії підприємства потрібно проаналізувати зв'язок між індикаторами конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства. У наукових публікаціях як критерії конкурентоспроможності підприємства та його продукції розглядають десятки показників. У межах нашого дослідження вважаємо можливим використати ті з них, які, на думку дослідників, відображають основний результат конкурентної боротьби – частку ринку та економічну ефективність господарської діяльності.

Частка ринку прямо залежить від обсягу виробництва продукції. У сільському господарстві України процес концентрації виробництва і капіталу призвів до створення агрохолдингових структур. Їх великі розміри – це результат успіху в конкуренції за ресурси, насамперед земельні, критерій ринкової вагомості суб'єкта господарювання. Щодо економічної ефективності найчастіше використовують показники рентабельності підприємств та їх продукції.

Для досягнення поставленої мети дослідження нами опрацьована інформація стосовно сільськогосподарських підприємств Львівської області, які звітують за формою № 50-сг. У їх сукупності виділяли чверть підприємств із найвищими показниками, що виступають індикаторами конкурентних переваг або конкурентоспроможності. Ці підприємства розглядаємо як четверту квартильну (25 %-у) групу суб'єктів господарювання в досліджуваній сукупності. Зіставлення середніх показників підприємств виділеної квартильної групи та решти підприємств досліджуваної сукупності дало змогу встановити залежності, що можуть бути потрактовані як особливості формування конкурентних переваг агровиробників.

Зважаючи на неоднакові тенденції в різних галузях аграрного виробництва, дослідження проводили за окремими видами продукції. Відібрали для опрацювання дані тільки тих підприємств, які одночасно здійснювали виробництво і реалізацію відповідного виду продукції. Кількість відібраних для аналізу підприємств-виробників окремих видів продукції помітно варіювалась. Найбільшою була кількість виробників зерна – 114, з яких у четверту квартильну (25 %-у) групу внесено 28 господарств. Найменшою була кількість виробників м'яса птиці – 12, з яких у четверту квартильну групу відібрали 3 підприємства.

У табл. 1 наведено дані, які відображають залежність індикаторів конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств від концентрації виробництва. У виділену четверту квартильну (25 %-у) групу увійшли підприємства з найбільшими обсягами виробництва продукції, що визначає їх як найвпливовіших суб'єктів-продавців на регіональних сегментах відповідних ринків.

Таблиця 1. Залежність показників виробництва продукції від концентрації її виробництва в сільськогосподарських підприємствах Львівської області, 2016 р.*

Продукція	Відношення середнього показника у квартильній групі підприємств з найбільшими обсягами виробництва продукції до середнього показника решти підприємств досліджуваної сукупності, %			
	Виробнича собівартість 1 ц продукції	Виробничі витрати на 1 га посівів чи одиницю поголів'я тварин	Урожайність культур, продуктивність тварин	Ціна реалізації 1 ц продукції
Зерно	99,8	146,7	146,8	110,1
у т.ч. озима пшениця	115,4	138,0	119,6	111,6
кукурудза на зерно	80,3	160,2	128,0	103,6
ярий ячмінь	103,9	132,5	127,5	109,9
Насіння соняшнику	94,1	109,2	116,0	96,5
Соя	109,4	112,9	103,1	96,5
Насіння озимого ріпаку	98,2	152,2	154,8	117,4
Цукровий буряк	83,3	94,3	113,2	109,9
Приріст великої рогатої худоби	86,6	140,2	92,6	105,4
Приріст свиней	100,4	206,4	у 3,08 раза	109,0
Птиця на м'ясо	90,0	147,2	164,5	96,0
Молоко	136,0	211,0	155,2	125,3

*Розраховано за даними форми звітності № 50-сг у сукупності сільськогосподарських підприємств, які звітують за цією формою.

Більші за розміром підприємства, які досягли успіхів у конкуренції за доступ до ресурсів, здебільшого мають кращі можливості для фінансування виробництва. Їх видатки з розрахунку на одиницю посівної площі чи поголів'я тварин, як свідчать наведені дані, у більшості галузей помітно перевищують аналогічні показники менших за розмірами господарств. Краще фінансування дає змогу застосовувати досконаліші технології виробництва продукції, що повинно позитивно позначитися на результатах господарської діяльності.

Існує прямий і доволі тісний зв'язок між витратами на 1 га посівів чи одиницю поголів'я тварин та урожайністю культур чи продуктивністю тварин у сільськогосподарських підприємствах [15, с. 88]. Вища технологічна ефективність виробництва продукції у великих господарствах завдяки кращому фінансуванню забезпечувала певний позитивний ефект у формі нижчої собівартості. Він, однак, не був надто помітним, а в окремих галузях (зокрема молочному скотарстві) взагалі відсутній.

Вважається, що більші за розмірами виробники мають кращі можливості для вигідного збуту своєї продукції. Дані табл. 1 певною мірою підтверджують це припущення. Різниця в реалізаційних цінах продукції чверті найбільших агровиробників Львівської області і решти господарств спостерігається, однак вона не надто помітна. Винятком є молочне скотарство: на найбільших молочнотоварних фермах області досягли відносно високих показників якості продукції, що позитивно позначилося на реалізаційних цінах.

Отже, великі за розмірами сільськогосподарські підприємства, володіючи кращим ресурсним потенціалом, не звертають особливої уваги на формування конкурентних переваг, пов'язаних з низькими витратами та особливо високою якістю продукції. Конкурентне середовище, в якому вони функціонують, стимулює їх насамперед збільшувати площу землекористування, нарощувати виробництво продукції за рахунок застосування прогресивних технологій, і далеко не завжди в їх офіційній звітності відображені високі показники окупності витрат.

Так найбільші виробники сільськогосподарської продукції нерідко демонструють доволі низьку економічну ефективність господарювання. Наприклад, у 2016 році у Львівській області серед 10 найбільших підприємств – виробників озимої пшениці у п'яти її вирощування було збитковим, серед 10 найбільших виробників кукурудзи таких налічувалося чотири тощо. З іншого боку, серед підприємств з найвищими показниками рентабельності зустрічаємо різні за розмірами господарства. Розглядаючи як критерій конкурентоспроможності високі показники рентабельності продукції, поставили завдання з'ясувати, за рахунок яких чинників вони досягнуті сільськогосподарськими підприємствами Львівської області (табл. 2).

Таблиця 2. Залежність між показниками виробництва продукції та рівнем її рентабельності в сільськогосподарських підприємствах Львівської області, 2016 р.*

Продукція	Відношення середнього показника у квартильній групі підприємств з найвищим рівнем рентабельності продукції до середнього показника решти підприємств досліджуваної сукупності, %			
	Виробнича собівартість 1 ц продукції	Виробничі витрати на 1 га посівів чи одиницю поголів'я тварин	Урожайність культур, продуктивність тварин	Ціна реалізації 1 ц продукції
Зерно	74,5	76,7	102,9	95,1
у т.ч. озима пшениця	68,5	70,5	102,9	92,0
кукурудза на зерно	74,5	82,4	110,6	92,2
ярий ячмінь	75,7	61,7	81,5	113,3
Насіння соняшнику	55,9	85,4	152,5	109,7
Соя	71,2	71,6	100,9	93,7
Насіння озимого ріпаку	47,3	67,4	142,7	95,0
Цукровий буряк	65,3	70,4	107,8	91,2
Приріст великої рогатої худоби	49,0	53,4	109,1	120,4
Приріст свиней	63,3	154,4	243,5	102,4
Птиця на м'ясо	89,4	40,4	45,3	101,0
Молоко	76,6	53,2	65,8	111,1

*Розраховано за даними форми звітності № 50-сг у сукупності сільськогосподарських підприємств, які звітують за цією формою.

Результати аналізу свідчать, що у формуванні високої рентабельності вплив нижчої собівартості значно помітніший, аніж вищої реалізаційної ціни. Нерідко підприємства з найвищими показниками рентабельності демонстрували доволі низьку продуктивність угідь і тварин. Ефекту вони досягали за рахунок менших витрат з розрахунку на одиницю посівної площі чи поголів'я тварин, яке часто означало недотримання вимог передових технологій, призводило до погіршення якості продукції.

Окремі дослідники відзначають негативні аспекти застосування стратегії формування конкурентних витрат, що ґрунтується на мінімізації рівня собівартості, оскільки серед можливих її наслідків – зниження рівня продовольчої безпеки [3, с. 60]. Дійсно, скорочення поточних виробничих витрат веде до недоодержання продукції, хоча й спроможне забезпечити відносно низьку її собівартість. Однак йдеться не про стійку конкурентну перевагу, а про тимчасовий ефект. У перспективі такі підприємства будуть витіснені з ринку конкурентами, які характеризуються міцнішим фінансовим станом. Як показано вище, ними можуть бути великі агровиробники. На низькі витрати сьогодні орієнтуються більшість малих і середніх за розмірами підприємств, внесок яких у формування пропозиції більшості видів сільськогосподарської продукції зменшується.

Стратегія низьких витрат здатна забезпечити успіх, якщо передбачатиме не тотальну економію коштів, а оптимальне ресурсне забезпечення виробничого процесу в поєднанні з жорстким контролем за здійсненими видатками. Вдалі приклади її реалізації у підприємствах Львівської області спостерігаємо в галузі свинарства. Кілька виробників завдяки інвестиціям у свинокомплекси досягли високих показників продуктивності свиней, якості продукції, що дало змогу повністю окупити додаткові витрати й забезпечити високі показники рентабельності продукції. Та в інших галузях ця модель поки що не набула помітного поширення.

Ознакою конкурентної переваги підприємства є вища ціна реалізації його продукції. Вона може бути досягнута за рахунок вищої якості продукції та задіяння вигідних для суб'єкта господарювання механізмів її реалізації. Формування якості продукції залежить від використовуваних виробничих технологій, рівень досконалості яких корелює з питомими виробничими витратами. Організація вигідного збуту продукції потребує додаткових витрат, які у формі накладних входять у повну собівартість реалізованої продукції понад її виробничу собівартість. У табл. 3 наведені результати зіставлення показників діяльності квартильної групи сільськогосподарських підприємств з найвищими цінами продажу продукції з аналогічними показниками решти досліджуваних підприємств Львівської області. Відхилення виробничих витрат з розрахунку на одиницю посівної площі чи поголів'я тварин вказує на відмінності у виробничих технологіях. Вважаємо, що додаткові витрати є необхідною умовою отримання вищих споживчих характеристик продукції, здатних забезпечити вищу ціну її реалізації. Відхилення частки накладних витрат у повній собівартості реалізованої продукції вказує на відмінності в підходах до організації управління підприємством та його збутовою діяльністю.

Таблиця 3. Залежність між показниками виробництва продукції та ціною її реалізації в сільськогосподарських підприємствах Львівської області, 2016 р.*

Продукція	Середній показник у квартильній групі підприємств з найвищою ціною реалізації продукції до середнього показника решти підприємств досліджуваної сукупності, %, +/- п.		
	Виробничі витрати на 1 га посівів чи одиницю поголів'я тварин	Частка накладних витрат у повній собівартості реалізованої продукції понад її виробничу собівартість	Рівень рентабельності продукції
Зерно	140,6	+ 13,3	+ 2,9
Насіння соняшнику	91,3	- 4,5	+ 57,9
Соя	113,3	+ 1,9	- 12,3
Насіння озимого ріпаку	91,0	+ 7,6	+ 14,4
Цукровий буряк	96,3	+ 4,0	+ 13,1
Приріст великої рогатої худоби	69,8	+ 1,4	+ 2,1
Приріст свиней	216,1	- 2,0	+ 42,5
Птиця на м'ясо	40,0	- 0,1	- 4,8
Молоко	203,2	- 4,1	- 19,6

*Розраховано за даними форми звітності № 50-сг у сукупності сільськогосподарських підприємств, які звітують за цією формою.

На практиці спостерігаємо різні варіанти залежності ціни реалізації продукції від понесених сільськогосподарськими підприємствами витрат. Виробники свинини та молока забезпечили вищі реалізаційні ціни за рахунок суттєвого збільшення витрат з розрахунку на одиницю поголів'я тварин, що передбачало застосування досконаліших виробничих технологій. У свинарстві це забезпечило позитивний ефект у вигляді вищого рівня рентабельності продукції, у молочному скотарстві приріст ціни не покрив додаткових витрат. У виробництві сої, ріпаку та цукрових буряків вищі ціни корелюють з додатковими накладними витратами. Зерновиробники для забезпечення вищої ціни орієнтувалися на збільшення як основних виробничих, так і накладних витрат. В окремих галузях залежність між рівнем витрат і ціною має обернений характер, що розглядаємо як відсутність у виробників стратегій, спрямованих на отримання конкурентних переваг завдяки вищій ціні реалізації продукції.

Певні труднощі з інтерпретацією даних, наведених в табл. 3, пов'язані з тим, що сільськогосподарські підприємства більшою мірою орієнтуються на отримання конкурентних переваг на основі низьких витрат і значно менше уваги звертають на організацію вигідного збуту продукції. Зазначимо також, що для встановлення наявності стійких конкурентних переваг потрібен триваліший період дослідження. Застосована нами методика, яка передбачає визначення залежності рівня ціни від здійснених підприємством витрат з використанням як додаткового критерію рівня рентабельності може бути використана для продовження й поглиблення відповідних досліджень.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Сільськогосподарським підприємствам, виходячи з особливостей середовища їх функціонування, доцільно орієнтуватися на отримання конкурентних переваг, пов'язаних з нижчими витратами. Така конкурентна стратегія передбачає оптимізацію витрат на рівні, необхідному для повного забезпечення виробничих потреб, та постійний контроль за видатками. Однак здійснювана більшістю малих і середніх агровиробників економія коштів веде до зниження технологічної ефективності виробництва. Ефект у формі нижчої собівартості є короткостроковим, цей підхід не веде до формування стійкої конкурентної переваги.

Конкурентна перевага у вигляді вищої реалізаційної ціни вимагає значних зусиль із формування високої якості продукції та налагодження ефективної системи її збуту. Частка підприємств, орієнтованих на застосування відповідної стратегії, є відносно невеликою. Позитивні приклади її застосування спостерігаємо лише в окремих галузях сільськогосподарського виробництва завдяки зусиллям обмеженого кола суб'єктів господарювання.

Найбільші сільськогосподарські товаровиробники свої фінансові можливості спрямовують насамперед на збільшення розмірів землекористування, обсягів виробництва продукції. Вони прагнуть розширити свій вплив на ринках ресурсів і продукції, вкладають значні кошти в застосування передових технологій, однак не завжди орієнтуються на отримання вигоди від зниження собівартості продукції. Чимало великих підприємств показують у звітності збитки від основної діяльності.

Формування стійких конкурентних переваг потребує певного часу. Зусилля суб'єктів господарювання, які не забезпечили позитивного економічного ефекту в поточному році, можуть бути елементом конкурентної стратегії, що виявиться у перспективі. Це вимагає продовження дослідження особливостей формування конкурентних переваг сільськогосподарських товаровиробників.

Список літератури

1. Шобаніна, О. В. Формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку: теоретичний аспект / О. В. Шобаніна, Г. С. Федосєєва // Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. – 2016. – № 2. – С. 259-266.
2. Грановська, В. Г. Теоретична конструкція формування конкурентних переваг аграрних підприємств / В. Г. Грановська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 10(1). – С. 94-98.
3. Олійник, О. В. Взаємозв'язок конкурентних переваг і економічних результатів сільськогосподарських підприємств / О. В. Олійник, В. В. Макогон // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 4. – С. 55-61.
4. Данько, Ю. І. Формування систем забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: монографія / Ю. І. Данько. – Суми: Університетська книга, 2016. – 301 с.
5. Николук, О. М. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства: теоретико-методологічні основи: монографія / О. М. Николук. – Житомир: Вид-во ЖНАЕУ, 2016. – 316 с.
6. Ільїн, В. Ю. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: питання методології / В. Ю. Ільїн // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 4. – С. 108-111.

7. Красноручський, О. О. Адаптаційний інструментарій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств / О. О. Красноручський, Ю. О. Зайцев // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Т. 1, № 1. – С. 100-113.
8. Вітвіцький, В. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності аграрних підприємств / В. В. Вітвіцький // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2015. – № 2(2). – С. 207-213.
9. Зайцев, Ю. О. Теоретичні основи формування конкурентних переваг аграрних підприємств / Ю. О. Зайцев // Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 5. – С. 68-82.
10. Спаський, Г. В. Підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств в умовах євроінтеграції / Г. В. Спаський // Економіка АПК. – 2017. – № 9. – С. 33-40.
11. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. Международные отношения, 1993. – 896 с.
12. Савчук, С. И. Основы теории конкурентоспособности: монография / С. И. Савчук ; под науч. ред. акад. НАН Б. В. Буркинського. – Мариуполь: Рената, 2007. – 520 с.
13. Яців, І. Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: монографія / І. Б. Яців. – Львів: Український бестселер, 2013. – 427 с.
14. Яців, С. Особливості інтенсифікації виробництва окремих видів продукції в сільськогосподарських підприємствах / С. Яців // Аграрна економіка. – 2017. – Т. 10, №3-4. – С. 83-91.

References

1. Shebanina, O. V. & Fedosieieva, H. S. (2016). Formation of competitive advantages of agricultural producer on the world market: theoretical aspect. *Visnyk KhNAU. Serii: Ekonomichni nauky*, 2, 259-266.
2. Hranovska, V. H. (2016). Theoretical design of formation of competitive advantages of agricultural enterprises. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 10(1), 94-98.
3. Oliinyk, O. V. & Makohon, V. V. (2017). Intercommunication of competitive edges and economic results of agricultural enterprises. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, 4, 55-61.
4. Danko, Yu. I. (2016). *Formation of systems for the competitiveness of agrarian enterprises*. Sumy: Universytetska knyha.
5. Nykoliuk, O. M (2016). *Management of the competitiveness of agricultural enterprises: theoretical and methodological foundations*. Zhytomyr: Vyd-vo ZhNAEU.
6. Ilin, V. Yu. (2015). The competitiveness of agricultural enterprises: methodological issues. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, 4, 108-111.
7. Krasnorutskyi, O. O. & Zaitsev, Yu. O. Adaptive instruments of agricultural enterprises competitiveness' management. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*, 1, 100-113.
8. Vitvitskyi, V. V. (2015). Methodological approaches to the estimation of agrarian enterprises competitive ability. *Visnyk Zhytomyrskoho natsionalnoho ahroekolohichnoho universytetu*, 2(20), 207-213.
9. Zaitsev, Yu. O. (2015). Competitive edges of agricultural enterprises formation theoretical basics. *Visnyk KhNAU. Serii: Ekonomichni nauky*, 5, 68-82.
10. Spaskyi, H. V. (2017). Increasing of competitiveness of the agrarian enterprises in terms of European integration. *Ekonomika APK*, 9, 33-40.
11. Porter, M. (1993). *International competition*. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya.
12. Savchuk, S. I. (2007). *The bases of the theory of competitiveness*. Maryupol: Renata.
13. Yatsiv, I. B. (2013). *Competitiveness of agricultural enterprises*. Lviv: Ukrainskyi bestseler.
14. Yatsiv, S. (2017). Peculiarities of intensification of some products at agrarian enterprises. *Ahrarna ekonomika*, 10, 3-4, 83-91.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2018 р.