

*of information provision of the enterprise economic security management has been improved by identifying the benefits of information flow from the environment using the multicriteria evaluating alternatives, matrix of pairwise comparison of options for the benefit and mutual influence of such flows, as well as accessible, reliable and comprehensive information provided to minimize and / or to control the cost for its obtaining.*

**Keywords:** *economic security, economic security system, monitoring, functional components, integral index of economic security, multicriteria evaluation of alternatives, the level of economic security.*

Одержано 28.02.2015 р.

УДК 330.101:332.12

**Збарський Василь Кузьмич,**  
д.е.н., проф., професор кафедри економіки підприємства імені професора І. Н. Романенка,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## **ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

Досліджуються наукові засади формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств України. Визначено, що формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств є важливою та необхідною передумовою щодо досягнення певного рівня їх конкурентоспроможності, а механізм формування конкурентних переваг є актуальним питанням подальших наукових досліджень. Мета статті полягає у обґрунтуванні необхідності дослідження питань забезпечення конкурентних переваг вітчизняним товаровиробникам за нинішніх умов на інноваційних засадах. У процесі дослідження використано сукупність спеціальних методів економічного дослідження. За допомогою абстрактно-логічного методу уточнено необхідність продовольчої безпеки країни. Методи теоретичного узагальнення та монографічний використовували для поглибленого дослідження особливостей розвитку основних галузей аграрного сектору та визначення резервів покращення їх роботи. Доведено, що конкурентні переваги – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для підприємства певні переваги над своїми безпосередніми конкурентами. Серед основних критеріїв оцінки конкурентних переваг підприємства визначено: ресурсне забезпечення; якість ресурсів; потенціал розвитку підприємства; наявність ділової репутації; ефективність донесення інформації до споживача; відповідність до обраної конкурентної стратегії; наявність інновацій; тривалість використання. Ці характеристики можуть належати до самої продукції, або до додаткових послуг, до форм виробництва, збуту або продаж, специфічних для фірми або продукції. В залежності від відмінних якостей товару, що утворюють цінність для споживача за рахунок зниження витрат, або за рахунок підвищення ефективності, конкурентні переваги бувають «зовнішніми» і «внутрішніми». Виявлено взаємозв'язок між такими економічними категоріями, як «конкурентоспроможність», «конкурентна перевага» і «конкурентний статус». Визначено, що конкурентоспроможність підприємства досягається лише у тому випадку, якщо підприємство має ряд конкурентних переваг. За допомогою конкурентного статусу можна отримати кількісне значення рівня конкурентоспроможності підприємства. Отже, конкурентний статус є оцінним показником рівня конкурентоспроможності, причому він оцінює конкурентоспроможність тільки з точки зору позиції на ринку.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентна перевага, конкурентний статус, ефективність, товар, стратегія, розвиток, можливості.

### **ВСТУП**

**Постановка проблеми.** Формування високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств залежить від їх потенційних можливостей, умов реалізації стратегічних напрямів розвитку і вирішення проблем оптимального використання ресурсного забезпечення. Певною мірою, причина такого положення пов'язана з недостатнім опрацюванням цих питань у теоретичному і методологічному плані стосовно умов глобалізації, стандартизації, сертифікації, зокрема вступу України до ВТО та інтеграція з країнами ЄС. У вітчизняній економічній літературі до останнього часу не

сформувався єдиний понятійний апарат, інструментарій, логіка і цільова спрямованість вивчення даного наукового напрямку. Існують розбіжності в поглядах на окремі сторони цієї складної проблеми, з'являються суперечливі рекомендації по забезпеченню конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню теоретичних основ конкурентного розвитку економіки, конкурентоспроможності присвячено багато праць вчених різних спрямувань економічної науки. На велику увагу заслуговують

праці І. Ансоффа, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера. Вивчення різноманітних форм конкуренції знайшло відображення в працях Й. Шумпетера, Дж. Кейнса, Ф. Хайека, Е. Чемберліна, Л. Ерхарда. Вивченню природи конкурентних переваг присвячені дослідження П. Дойля.

**Мета статті (постановка завдання).** Дослідити питання забезпечення конкурентних переваг вітчизняним товаровиробникам за нинішніх умов на інноваційних засадах.

У процесі дослідження використано сукупність спеціальних методів економічного дослідження. За допомогою абстрактно-логічного методу, зокрема прийомів аналогії та порівняння, індукції та дедукції, уточнено необхідність продовольчої безпеки країни. Методи теоретичного узагальнення та монографічний використовували для поглибленого дослідження особливостей розвитку основних галузей аграрного сектору та визначення резервів покращення їх роботи.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Конкурентоспроможність як економічна категорія розглядається нами як зумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками позиція суб'єкта діяльності (країни, галузі, товаровиробника) на внутрішньому та зовнішньому ринках; як здатність останніх продуктивно займати ринкову нішу і ефективно утримувати свої позиції; як існування власного мотиву до діяльності, яка спрямована на очікування позитивних результатів та наявності конкурентних переваг з можливістю і здатністю протистояти викликам ринку.

Після спаду аграрного виробництва у середині дев'яностих років ХХ століття протягом останніх років йде процес його відновлення, що забезпечує вітчизняним підприємствам можливість виходу на внутрішній і зовнішній конкурентні ринки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка розвитку аграрного виробництва України (всі категорії господарств)\*

Показник	В середньому за рік						2010-2013 у % до 1991-2009
	1991-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2009	1991-2009	2010-2013	
Виробництво, тис. т:							
- зерна	38452	27111	35714	40718	35499	51833	146,0
- картоплі	17333	16615	18527	19445	17980	22115	123,0
- овочів	5664	5375	6506	7780	6331	9462	149,4
- м'яса (забійна вага)	3043,1	1810,4	1611,4	1864,5	2082,4	2200,5	105,7
- молока	19062	13872	13734	12230	14725	11300	76,7
- яєць, млн. шт.	12006	8571	11491	14790	11715	18617	158,9
Валова продукція сільського господарства у порівнянних цінах 2010 р., млрд. грн. - всього	233,3	167,5	165,3	187,2	188,3	226,2	120,2
в тому числі:							
- рослинництва	125,9	99,6	103,7	119,5	112,2	176,3	157,1
- тваринництва	107,4	67,9	61,6	67,7	76,2	50,0	65,6
Те ж на 100 га сільгоспугідь – всі категорії господарств, тис. грн.	559,1	408,7	420,9	497,4	471,5	609,0	129,2
Виробництво на одну особу за рік:							
валової продукції, всього - грн.	4509,5	3320,5	3442,0	4031,0	3825,8	4954,5	129,5
- м'яса (забійна вага), кг	46,7	35,8	34,1	40,2	39,2	48,2	123,0
- молока, кг	345,4	268,9	288,3	263,5	291,5	247,4	84,9
- яєць, штук	204	181	256	319	240	408	170,0
Споживання на одну особу за рік, кг:							
- м'яса (забійна вага)	44,8	39,8	37,6	46,3	42,1	53,4	126,8
- молока	256,8	221,1	226,6	232,3	234,2	211,8	90,4
- яєць, штук	198	165	221	254	210	304	144,8

\*Розрахунки автора на підставі [15], [16], [17].

За ці роки приріст продукції сільського господарства становив 35,0%. Високими темпами розвивається галузь рослинництва. Зміцнюється економіка значної частини сільськогосподарських формувань. Україна стала одним із провідних у світі експортерів зерна, частка якого перевищує 10% від світових продаж.

Кожний другий літр рослинного масла, реалізований у світі – український. За оцінками ВТО, Україна вже тепер третя у світі за обсягами експорту кормового зерна після США і Аргентини, шоста за

експортом пшениці, пшеничного борошна, насіння олійних культур, і сьома за поставками сиру [14].

Найважливіший показник конкурентоспроможності підприємства будь-якого рівня – це наявність у нього конкурентних переваг. М. Портер визначив шлях до досягнення конкурентних переваг – сполучення переваг у маркетингу чи витратах у певному ринковому сегменті.

Основні типи конкурентних переваг наведені в табл. 2.

Шляхи досягнення конкурентних переваг

Джерело конкурентної переваги	Типи конкурентних переваг	Ціль конкуренції
Унікальність товару/послуги	Перевага в маркетингу	Ринок загалом
Лідерство у витратах	Перевага у витратах	Ринок загалом
Лідерство в ринковій ніші	Перевага в маркетингу або витратах у ринковому сегменті	Сегмент ринку

В ринкових умовах доцільно виділяти конкурентні переваги, які використовуються підприємством і перспективні (потенційні) конкурентні переваги, залучення яких до господарської діяльності може забезпечити випуск конкурентоспроможної продукції і сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства загалом.

Конкурентні переваги, рівень їх залучення до господарської діяльності, механізми їх реалізації і нарощування в сукупності є конкурентним потенціалом, який обумовлює довгострокові перспективи розвитку і конкурентоспроможність підприємства. Доцільно виділити критерії оцінки конкурентних переваг підприємства (рис. 1) [3].

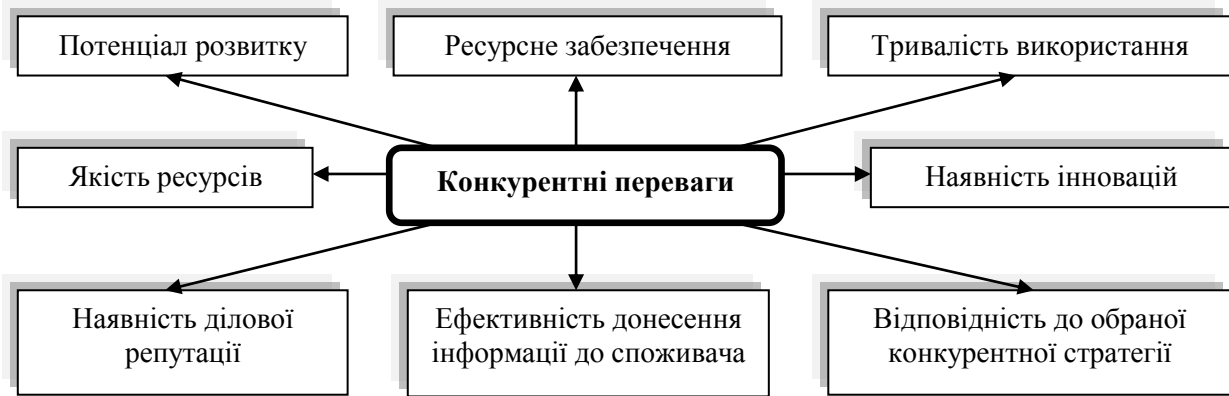


Рис. 1. Критерії оцінки конкурентних переваг підприємства

Рівень конкурентоспроможності підприємства характеризується дією цілої системи факторів зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування (рис. 2).

Зовнішні фактори – це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До факторів зовнішнього середовища відносять: політична ситуація в державі; рівень державного регулювання та розвитку економіки країни (система оподаткування, кредитно-фінансова та банківська система, система зовнішньоекономічних зв'язків країни); наявність конкурентів; наявність сировинних ресурсів; система комунікацій; фактори, які визначають споживання продукції (ємність ринку, вимоги споживачів до якості продукції).

Внутрішні фактори – це ті, на які підприємство має безпосередній вплив і може їх регулювати. Фактори внутрішнього середовища підприємства характеризують наступні внутрішньовиробничі показники: технічний рівень виробництва; технологія; організація виробництва та управління; система формування та стимулювання попиту та ін.

Дослідження понятійно-категоріального апарату конкурентоспроможності дозволило прослідкувати існування тісного взаємозв'язку між конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю підприємства

(рис. 3).

Конкурентні переваги та потенціал є факторними ознаками, а конкурентоспроможність та конкурентна позиція – результатом впливу системи ключових чинників, які залежно від конкурентного середовища створюють різні конкурентні переваги. Із рис. 3 можна прослідкувати прямий зв'язок між факторними та результуючими поняттями.

В сучасних умовах господарювання конкурентними перевагами, які повинні бути властиві підприємствам, і є внутрішніми чинниками конкурентоспроможності та визначають конкурентну позицію, є [10; 12]:

- виробничі переваги (асортимент товарів, якість продукції, масштаб виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва);
- маркетингові переваги (дослідження та прогнозування ринку, система просування та збуту, цінова політика, комунікаційна політика);
- фінансові переваги (ліквідність, платоспроможність, залучення зовнішніх ресурсів, інвестування, загальний фінансовий стан);
- інноваційні переваги (здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт власними силами та залучення результатів НДДКР);

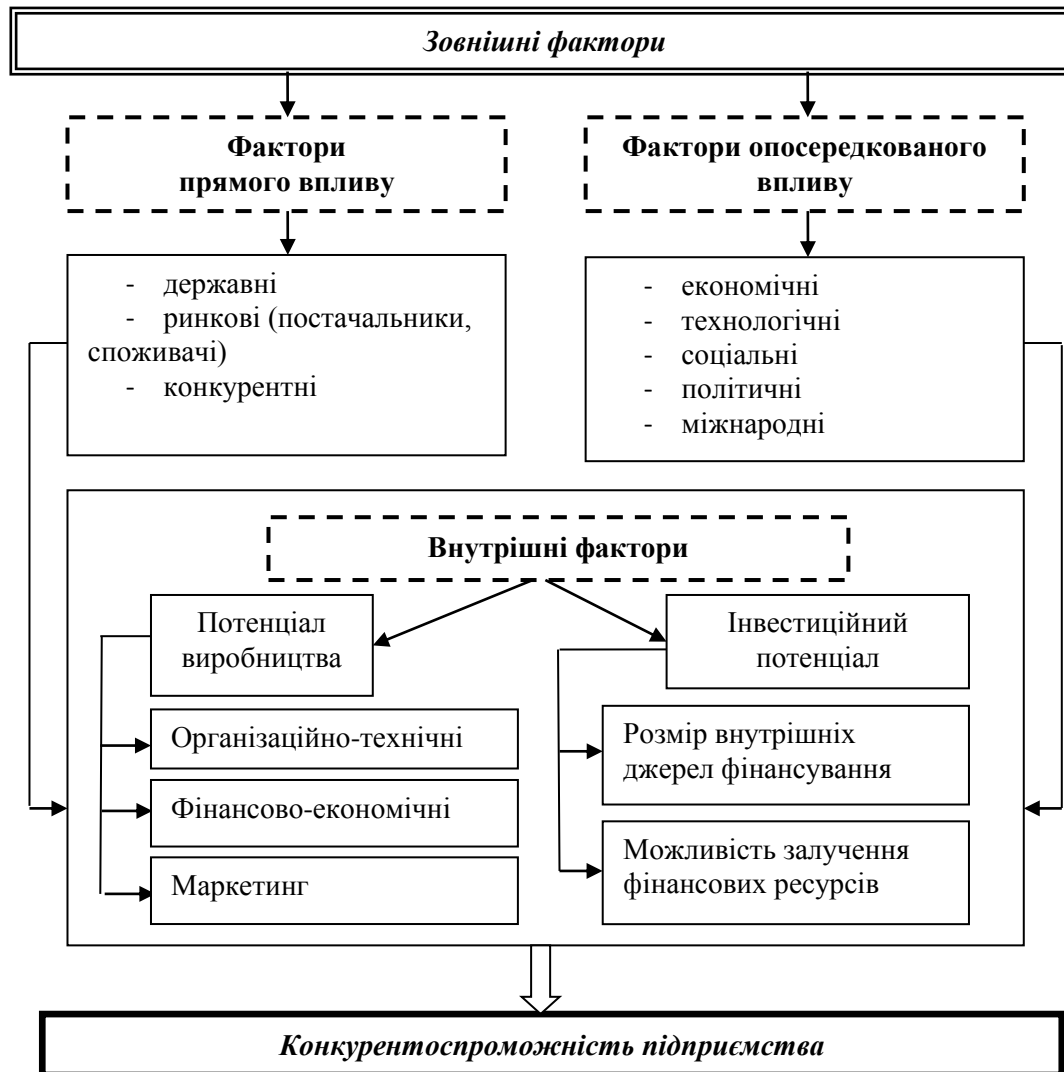


Рис. 2. Система факторів конкурентоспроможності підприємства

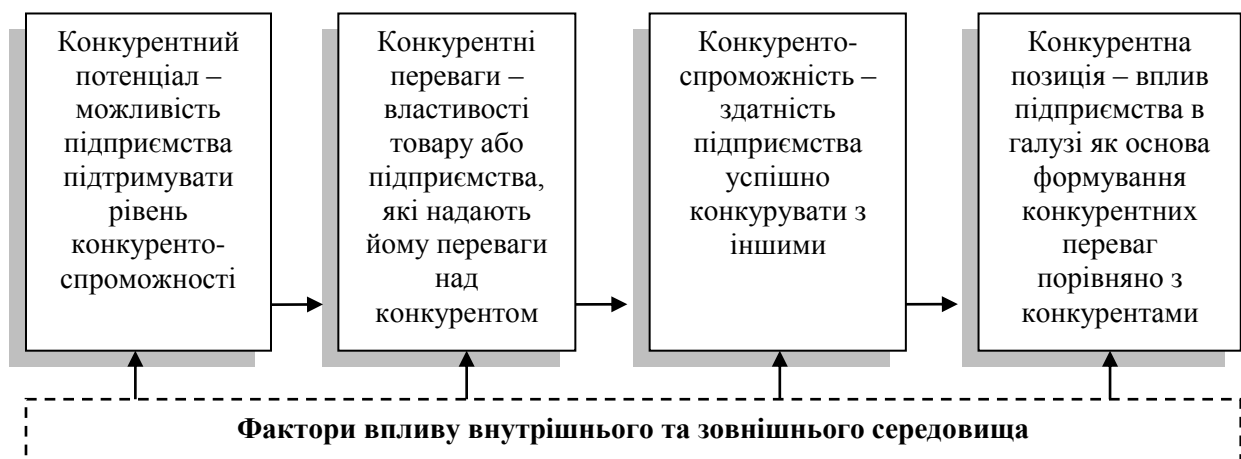


Рис. 3. Взаємозв'язок категорій теорії конкурентоспроможності підприємства

– управлінські переваги (тип організаційної структури, гнучкість та раціональність організаційної структури управління, стиль та методи управління, адаптаційні можливості);

– кадрові та організаційно-культурні переваги

(кількісний та якісний склад персоналу, рівень мотивації, комунікації) (рис. 4).

Досліджуючи проблему конкурентоспроможності, виявлено взаємозв'язок між такими економічними категоріями, як

«конкурентоспроможність», «конкурентна перевага» і «конкурентний статус». Конкурентоспроможність досягається лише у тому випадку, якщо підприємство має ряд конкурентних переваг. Вона виступає результатом отримання і підтримки впродовж

достатнього тривалого періоду часу сукупності конкурентних переваг. А за допомогою конкурентного статусу можна отримати кількісне значення рівня конкурентоспроможності підприємства.

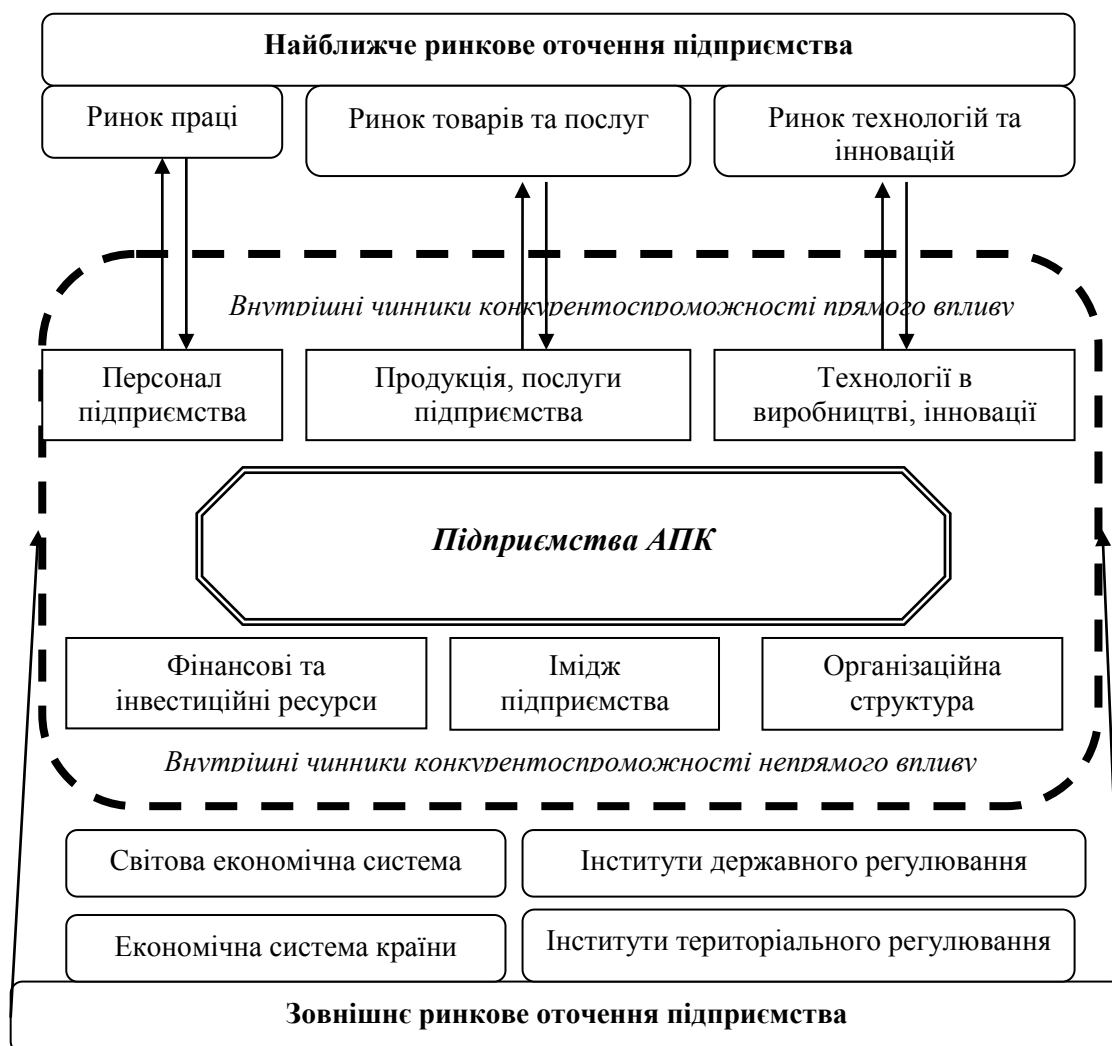


Рис. 4. Система конкурентних переваг підприємств в умовах ринку

Отже, конкурентний статус є оцінним показником рівня конкурентоспроможності, причому він оцінює конкурентоспроможність тільки з точки зору позиції на ринку [6].

#### ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних товаровиробників – це одне з найважливіших стратегічних завдань економічної політики країни. Показник конкурентоспроможності

країни об'єднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника та галузеву конкурентоспроможність [1].

Враховуючи вищевикладене, пропонуємо таке визначення конкурентоспроможності підприємств – це здатність підприємств пристосовуватись до нових умов господарювання, використовувати свої конкурентні переваги й перемагати в конкурентній боротьбі на ринку, максимально ефективно використовувати наявні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку та гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Андріанов В. Конкурентоспроможність Росії у світовій економіці / В. Андріанов // Економіст. – 1997. – №10. – С. 37-47.
2. Ансофф И. Стратегічне управління. / Пер.з англ. під ред. Л. И. Евенко. – М.: Економіка, 1989. – 518 с.
3. Безтелесна Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – № 12. – С.40-44.
4. Економічна стратегія фірми: Навчальний посібник / Под ред. А. П. Градова. – 2-е вид., випр. та доп. –

С.Пб.: Спеціальна література, 1999. – 589 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетингу: Пер. з англ. – 2-ге европ. Видавництво. – М., СПб.: Будинок Вільямс, 1998. – 7056 с.

6. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

7. Ламбен Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива: Пер. з фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

8. Портер М. Конкуренція: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

9. Нестеренко С. А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: управлінський аспект [монографія] / С. А. Нестеренко. – К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2013. – 483 с.

10. Деминг Э. Выход из кризиса / Деминг Э. ; пер. с англ. – Тверь: Альба. –1994. – 498 с.

11. Mark Keough, "Buying Your Way to the Top", Director, April 1994, p. 75.

12. Michael E. Porter, "Strategy and the Internet" , Harvard Business Review, March, 2002.

13. Millson M.R., Raj S.P., Wilemon Strategic Partnering for Developing new Products //Research, – Technology Management, 1996. – V.39. – №3. – p. 41–49.

14. Експортний потенціал України / Кореспондент від 5-11 березня 2010 р. – № 8.

15. Валова продукція сільського господарства України (у порівнянних цінах 2010 р.) за 2013 рік. Остаточні дані. – К.: Держкомстат України, 2014. – 23 с.

16. Тваринництво України: Статистичний збірник. – К.: Держстат України, 2013. – 65 с.

17. Рослинництво України: Статистичний збірник. – К.: Держстат України, 2013. – 128 с.

**Збарский Василий Кузьмич**

### **ИННОВАЦИОННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ – ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЕГО КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ**

*Исследуются научные основы формирования конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий Украины. Обосновано, что формирование конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий – это важная и необходимая предпосылка относительно достижения определенного уровня их конкурентоспособности, а механизм формирования конкурентных преимуществ - актуальный вопрос дальнейших научных исследований. Цель статьи состоит в обосновании необходимости исследования вопросов обеспечения конкурентных преимуществ отечественным товаропроизводителям с учетом существующих условий на инновационных началах. В процессе исследований использовано совокупность специальных методов экономического исследования. С помощью абстрактно-логического метода уточнена необходимость продовольственной безопасности страны. Методы теоретического обобщения и монографический использовали для углубленного исследования особенностей развития основных отраслей аграрного сектора и определения резервов совершенствования их работы. Доказано, что конкурентные преимущества – это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для предприятия определенные преимущества над своими непосредственными конкурентами. Среди основных критериев оценки конкурентных преимуществ предприятия определены: ресурсное обеспечение; качество ресурсов; потенциал развития предприятия; наличие деловой репутации; эффективность донесения информации к потребителю; соответствие к определенной конкурентной стратегии; наличие инноваций; продолжительность использования. Эти характеристики могут принадлежать к самой продукции, или к дополнительным услугам, к формам производства, сбыта или продаж, специфических для фирмы или продукции. В зависимости от отметных качеств товара, которые образуют ценность для потребителя за счет снижения затрат, или за счет повышения эффективности, конкурентные преимущества бывают «внешними» и «внутренними». Выявлено взаимосвязь между такими экономическими категориями, как «конкурентоспособность», «конкурентное преимущество», «конкурентный статус». Определено, что конкурентоспособность предприятия достигается только в том случае, если оно имеет ряд конкурентных преимуществ. В то время, как с помощью конкурентного статуса можно получить количественное значение уровня конкурентоспособности предприятия. Таким образом, конкурентный статус есть оценочным показателем уровня конкурентоспособности, причём он оценивает конкурентоспособность только с точки зрения позиции на рынке.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентное преимущество, конкурентный статус, эффективность, товар, стратегия, развитие, возможности.

**Zbars'kyu V.**

### **INNIVOVATIVE ORIENTATION OF THE ENTERPRISE TO ENSURE ITS COMPETITIVE ADVANTAGE**

*The scientific aspects of the competitive advantages formation of Ukrainian agricultural enterprises have been researched. It has been proved that the competitive advantages formation of agricultural enterprises is an important and necessary prerequisite for achieving the particular level of their marketability, and mechanism of the competitive advantages formation is essential for further researches. The aim of the article is to substantiate the necessity to research the question of the competitive advantages provision for national producers under the current conditions on the basis of innovation. The complex of special methods of economic analysis has been used. The necessity of country food security has been specified using the abstract-logic method. Theoretical generalization and monographic methods have been used for detailed analyses of the development of main branches particularities of agrarian sector and for determining the improved*

reserves of their work. It has been proved that the competitive advantages are those characteristics, qualities of goods or services, that create the particular advantages for enterprise over direct competitors. Main criteria of the competitive advantages of enterprise evaluation have been determined: provision of resources, quality of resources, potential development of an enterprise, business reputation, efficiency of delivering information to consumers, the correspondence with a particular competitive strategy, availability of innovation, a duration of usage. These characteristics might belong to a product directly or additional services, forms of production or sales, specific for the enterprise. Competitive advantages are "internal" and "external". It depends on essential quality of goods, which creates a value for consumer because of decreasing of expenses or efficiency increasing. Interconnections between such economic categories as "marketability", "competitive advantage", and "competitive status" have been found. It has been determined that competitiveness is achieved only if the company has a number of competitive advantages. A quantitative value of the competitiveness of enterprises can be obtained with the help of competitive status. Thus, the competitive status is the estimated figure of the marketability level, and it estimates the marketability only in terms of market position.

**Key words:** marketability, competitive advantage, competitive status, efficiency, goods, strategy, development, ability.

Одержано: 20.01.2015 р.

УДК 338.22.021.1

Лазаренко Дмитро Олександрович,  
д.е.н., доц., декан факультету психології, економіки та управління,  
завідувач кафедри обліку і аудиту,  
Донбаський державний педагогічний університет, м. Слов'янськ

## АМОРТИЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА В ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІЙ ПРОГРАМІ ХАРЧОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мета статті складається в узагальненні існуючих підходів щодо управління амортизаційною політикою, пошуку її місця в інвестиційно-інноваційній діяльності і капітальному відновленні об'єктів а також в ефективності її використання в діяльності харчового підприємства. Розглянуто роль і місце амортизаційної політики у застосуванні інвестиційно-інноваційної програми підприємства. Досліджено окремі елементи амортизаційної політики у зв'язку з процесом капітального відтворення основних засобів. Визначені найбільш ефективні методи нарахування амортизації в залежності від інтенсивності експлуатації об'єктів основних засобів. В результаті дослідження запропоновано критерії визначення інтенсивності експлуатації об'єктів. Розкрита можливість визначення міри інтенсивності експлуатації об'єктів основних засобів за їх видами. Визначено комплексний підхід до формування амортизаційної політики підприємства в рамках інвестиційно-інноваційної програми. Розглянуті альтернативні методи ведення амортизаційної політики і встановлені критерії, що визначають суму амортизації, та ставлять її в залежність від періоду корисного використання об'єкту або від інтенсивності експлуатації об'єкту. В процесі дослідження встановлено, що використання виробничого методу дозволяє одержати дуже вагомий економічний показник, який фактично може виступати у якості індикатору, що сигналізує про необхідність включення інноваційно-інвестиційного механізму для забезпечення своєчасного відновлення відповідних об'єктів. Визначено рівень інтенсивності капітального відновлення окремих груп операційних необоротних активів з урахуванням наступних основних факторів: балансова вартість операційних необоротних активів, методи відображення в обліку реальної вартості необоротних активів, реальний строк використання амортизованих активів, склад і структура необоротних активів, темпи інфляції, інвестиційна активність підприємства. Облік факторів дозволяє підприємству вибрати відповідні методи амортизації окремих груп необоротних активів, що найбільшою мірою відображують їх специфіку використання в операційному процесі. Практична значущість статті полягає у визначенні амортизаційної політики у якості базового інструменту інноваційно-інвестиційної політики, спрямованої на підтримку оптимальної структури необоротних активів і джерел капітального відновлення об'єктів основних засобів. Для стимулювання підвищення оптимальності структури основних засобів запропоновано реалізувати певні пріоритетні заходи.

**Ключові слова:** амортизаційна політика, інвестиційно-інноваційна програма, основні засоби, інтенсивність експлуатації, капітальне відновлення, амортизація.

### ВСТУП

В умовах сучасних інтеграційних процесів, що

відбуваються в Україні, всі без виключення суб'єкти господарської діяльності потребують певних зрушень в