

УДК 338.432.009.12

Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету  
/ за ред. В.Г. Ткаченко – Луганськ, 2006. – № 61 (84). – С. 451–456. –  
(Серія „Економічні науки”).

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*В.В. Деркачова*

*Луганський національний аграрний університет, г. Луганськ, Україна*

**АНОТАЦІЯ:** Розглянуті форми та види конкуренції, проаналізовані дії чинників конкуренції на аграрні підприємства, визначені показники виміру конкурентоспроможності суб'єктів діяльності; дослідженні конкуренти переваги як власне підприємства, так і його конкурентів.

**АННОТАЦИЯ:** Рассмотрены формы и виды конкуренции, проанализированы действия факторов конкуренции на аграрные предприятия, определены показатели измерения конкурентоспособности субъектов деятельности; исследованы конкурентные преимущества, как собственно предприятия, так и его конкурентов

**Постановка проблеми.** Для ефективного функціонування аграрного сектора економіки в ринкових умовах необхідно розвивати конкуренцію і підвищувати конкурентоспроможність виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, який виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за найбільшу результативність виробництва, з одного боку, і споживачами їх продукції – з іншого. Її дія для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою підвищення продуктивності праці, розширення масштабів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, впровадження нових форм організації виробництва і системи заробітної плати. Через наявність конкурентної боротьби підприємці вимушені знижувати витрати виробництва, поліпшувати якість товарів і послуг, тобто підвищувати свою конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вища конкурентоздатність суб'єктів ринку, тим вищий життєвий рівень у цій країні. Тому розвиток конкурентних відносин, підвищення конкурентоспроможності національної продукції та її виробників є важливим засобом забезпечення безпеки української економіки й держави в цілому.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Явище конкуренції та конкурентоспроможності підприємств досліджено такими ученими-економістами: В.Г. Андрійчук [1], В.Н. Гончаров [4], П.Т. Саблук [5], О.М. Шпичак [6] та іншими. Також дана проблема розглядалася і вченими аграріями ЛНАУ [2;3].

**Формування мети дослідження.** Україна перебуває на етапі становлення ринкової економіки і відповідно дослідження проблеми конкурентоспроможності знаходиться на початковому етапі. З урахуванням цього особливо важливе значення має об'єктивна необхідність опрацювання заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, від яких значною мірою залежить економічний розвиток країни. Однак досвід зарубіжних країн у вивченні проблеми конкурентоспроможності неможливо автоматично і в повному обсязі перенести на вітчизняний ґрунт через наявність різних умов і рівня розвитку. Тому й постало питання дослідити форми та види конкуренції, дії її чинників на аграрні підприємства, розглянути показники виміру конкурентоспроможності суб'єктів діяльності.

**Основний матеріал дослідження.** Ключовим елементом господарського механізму в ринковій економіці за умов приватної власності, свободи вибору, ініціативності й підприємництва є конкуренція, тобто вільне суперництво товаровиробників, яке спонукає кожного з них спрямовувати зусилля на підвищення ефективності виробництва, збільшення прибутку на вкладений капітал. Через механізм конкуренції ринок сприяє раціональному розподілу ресурсів, впливає на обсяг і структуру виробництва та споживання, оздоровлює економіку шляхом звільнення її від неконкурентоспроможних підприємств і продукції, а ринкові ціни виступають носіями економічної інформації, повідомляючи про наявність чи відсутність товарів, їхню кількість, якість, витрати виробництва та корисність для споживачів. За певних умов ринкові відносини й зміни, які відбуваються в них, проникають у всі господарські сфери, охоплюють усі регіони, розповсюджуються на всі товари та послуги як у просторі, так і в часі. Конкуренція - це важливий елемент ринку, що відіграє вирішальну роль у підвищенні якості продукції, робіт і послуг, зниженні виробничих витрат, освоєнні виробництвом новацій.

Як показали дослідження фахівців, нині економічна конкуренція може проявлятися у різних формах: змагання (найцивілізована форма — аукціони, тендери, біржі тощо); боротьба (також цивілізована форма конкуренції в межах закону, проте пов'язана із знищенням конкурентів шляхом застосування нових технологій, освоєння нових ринків збуту, цінової політики та ін.); війна (недобросовісна конкуренція).

Останніми роками намітилася стійка тенденція до розвитку саме третьої форми конкурентних дій. Це пов'язано, в першу чергу, із загальним прагненням до "швидких" грошей і мінімальних строків окупності інвестицій. Така ситуація характерніша для промисловості та інших галузей народного господарства. У сільському господарстві частіше застосовується перша і друга форми прояву конкуренції, що зумовлено специфікою самої галузі.

З двох видів (міжгалузевої і галузевої) конкуренції, на думку фахівців, заслуговує на увагу галузева, оскільки чинники за межами галузі мають переважно відносне значення. Конкуренція у кожній галузі формується під впливом різних чинників.

Для сільського господарства *загроза виробництва замінників* майже відсутня, адже кінцевою продукцією галузі є продукти харчування, які людство у ближчій перспективі споживати не перестане і замінники їх навряд чи матимуть місце.

*Суперництво існуючих і загроза входження нових фірм* також не спричиняють великого тиску. Оскільки, по-перше, сільське господарство є галуззю з досконалою конкуренцією: аграрний ринок характеризується наявністю значної кількості виробників (продавців), кожен з яких не має достатнього обсягу пропозицій для впливу на ринок та ціни; вхід-вихід на ринок (з ринку) вільний, нескладний. По-друге, виробництво сільськогосподарської продукції є обмеженим за причини обмеженості земельних ресурсів.

Конкуренція серед існуючих фірм набуває форми суперництва всіма засобами: розширення асортименту, поліпшення якості продукції, захоплення джерел сировини. Переважаючим методом конкурентної боротьби на українському продовольчому ринку є цінова конкуренція. Вона проявляється як у зниженні цін готової продукції завдяки зниженню собівартості виробництва одиниці продукції, так і сплаті вищих цін за сировину. Особливо гостра конкурентна боротьба за сировинні зони точиться в молокопереробній та м'ясопереробній галузях.

Загроза входження конкурентів проявляється в тому, що нові конкуренти, входячи в галузь, впроваджують нові потужності, прагнуть здобути частку ринку. В результаті можуть знижуватися ціни або зростати витрати існуючих фірм, через що прибутковість останніх зменшується.

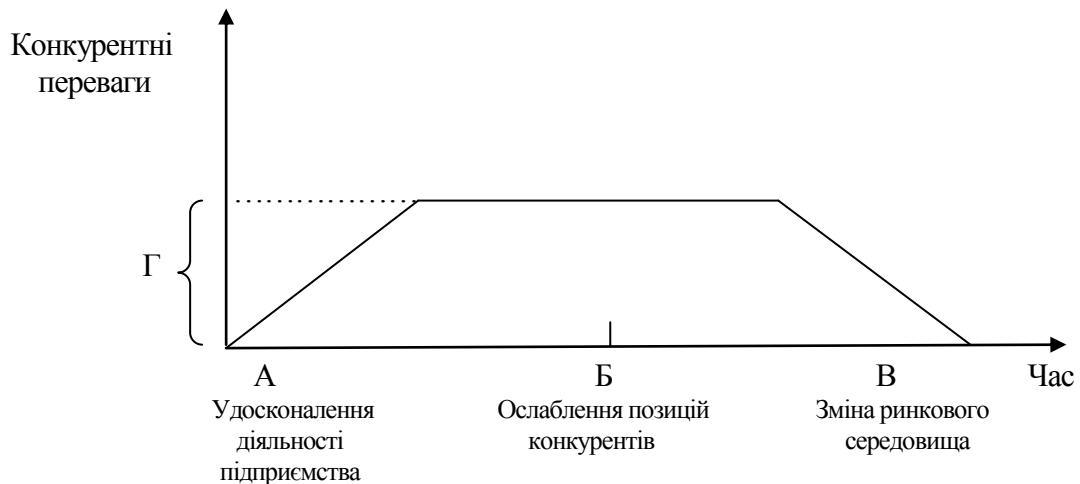
*Тиск товарів-замінників* проявляється у заміщенні споживання покупцями одних продуктів харчування іншими, на що впливає коливання їх цін і підвищення (зниження) реального рівня доходів населення. Досвід показав, що підвищення цін або зниження доходів спричиняє зростання попиту на значиміші для споживача товари — продукти

харчування, що відбувається за рахунок відмови від придбання товарів тривалого терміну використання.

На розвиток галузі негативно впливають останні два чинники конкуренції - *покупці та постачальники*. *Покупці* конкурують з ринком, збиваючи ціни, змагаючись за вищу якість або кращі послуги та спонукаючи виробників до взаємної конкуренції. Саме покупці обирають продукцію того виробника, яка найбільше відповідає їхнім потребам, демонструючи при цьому відповідний рівень якості за якомога нижчою ціною. Вплив *постачальників* проявляється у їх погрозі підвищити ціну сировини або погіршити її якість. У переробній промисловості даний чинник конкуренції загрожує ще й зменшенням валового виробництва цієї сировини. Яскравий прояв дана проблема має у молоко- та м'ясопереробній промисловостях. Невигідність виробництва сільськогосподарської продукції призвела до масової ліквідації тваринницької галузі у громадському секторі сільського господарства України і до скорочення її виробництва в приватному секторі.

Одним із головних завдань, які стоять перед господарюючими суб'єктами в ринковій економіці, є забезпечення їх конкурентоспроможності.

Стабільність підприємства на ринку можлива тільки в умовах його конкурентоспроможності і можливості адаптації до змін ринкового середовища. Щоб бути конкурентноздатним, підприємство повинно мати конкурентні переваги. Для підприємства існують три основні шляхи отримання конкурентних переваг: стати краще самому, ослабити конкурентів або змінити ринкове середовище (мал.1) [4].



Мал. 1. Динаміка конкурентних переваг підприємства

У першому випадку підприємство використовує сукупність заходів, направлених на вдосконалення власної діяльності (наприклад, поліпшення якості продукції, зниження її собівартості). У другому випадку діяльність підприємства направлена на безпосереднє, ослаблення конкурентів. У разі неможливості використання двох перших шляхів або їх вичерпаності компанії часто намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують.

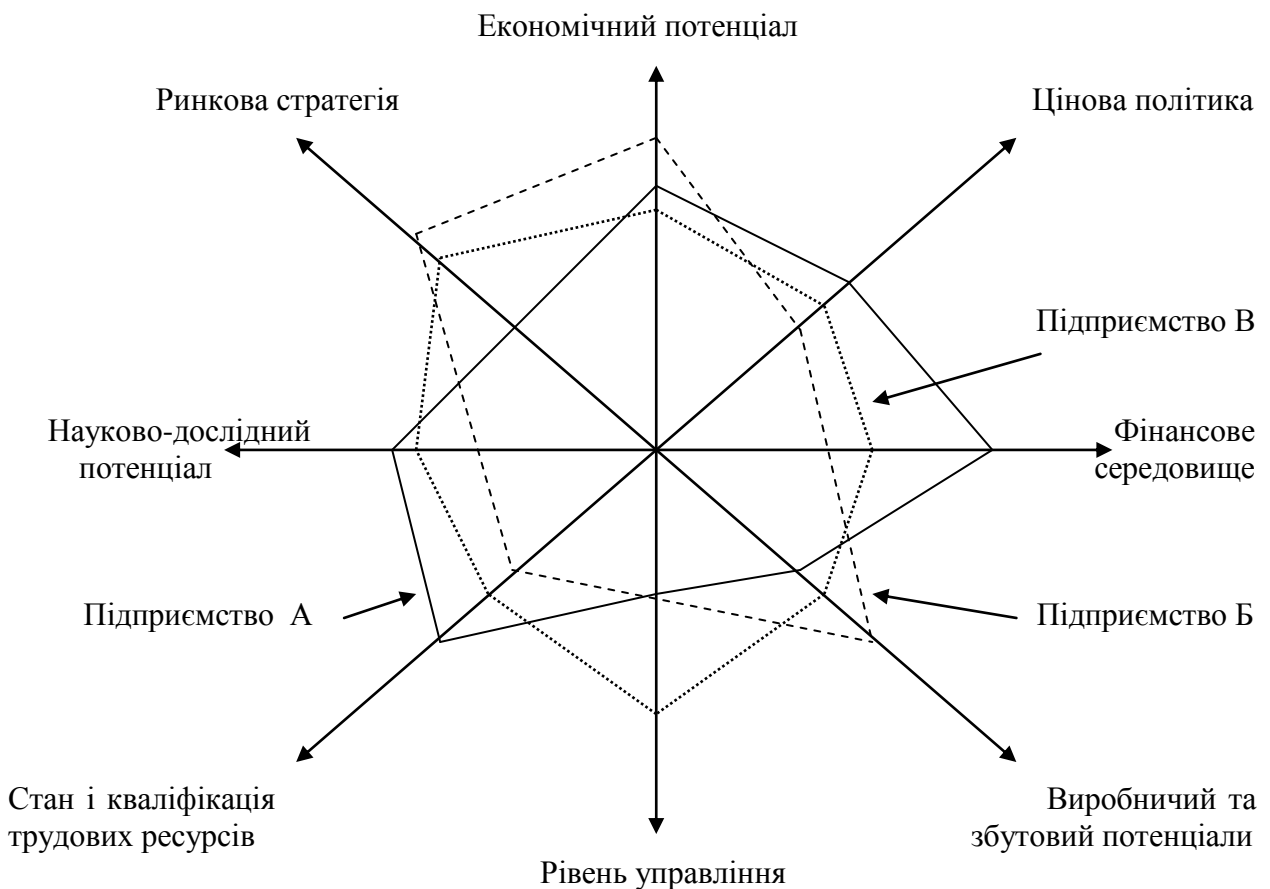
Графік характеризує значення поняття конкурентних переваг. А – період, протягом якого здійснюється удосконалення діяльності підприємства; Б – період в межах якого ослаблюються переваги конкурентів, - тривалість цього періоду залежить від динаміки й характеру галузі; період В настає при зміні підприємством ринкового середовища. Відрізок Г показує величину цих переваг, яка може бути у вигляді відсотків.

При визначенні конкурентних переваг слід ісходити з складу потреб покупців; необхідно перевірити чи дійсно переваги є вагомими з позиції споживачів.

За допомогою „Багатокутника конкурентоспроможності” підприємства мають можливість визначити конкурентні переваги як свої власні, так і конкурентів – на основі визначеного кола показників (мал. 2) [6]. Кількість показників, як і кількість підприємств може значно розширюватися.

К показникам виміру конкурентоспроможності підприємства належать:

- економічний потенціал та ефективність діяльності (активи, основний капітал, обсяг продажу, частка ринку, прибуток);
- цінова політика;
- фінансове становище (платоспроможність, кредитоспроможність і умови кредитування, структура капіталу та інші);
- рівень управління (форми організації й досвід функціонування елементів господарського механізму з позиції нововведень і відповідальності);
- виробничий і збутовий потенціали, що вказують на можливість підприємства виробляти й реалізовувати ту чи іншу продукцію у необхідній кількості в певні строки (наявність сировинної бази; виробничі й збутові потужності; обсяг і напрям капіталовкладень);
- науково-дослідний потенціал (організація і напрям наукових досліджень, щорічні витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, кількість патентів на винаходи, область патентоведення, оцінка можливості фірми зайняти монопольне становище у будь-якій області та інші);
- репутація фірми, її ринкова стратегія, інноваційна діяльність;
- стан і кваліфікація трудових ресурсів.



Мал. 2. „Багатокутник конкурентоспроможності”

З малюнку видно, що підприємство А має явні конкурентні переваги у фінансовому становищі, науковому-дослідницькому потенціалі, у стані і кваліфікації трудових ресурсів. Підприємство Б – в ринковій стратегії, економічному, виробничому і збутовому потенціалі. Підприємство В – у рівні управління. На малюнку чітко визначаються слабкі сторони діяльності кожного з трьох підприємств.

Незважаючи на наявність великої кількості показників оцінки конкурентоспроможності суб'єкта діяльності, значення яких, до речі, може суперечити один одному, категорично неприпустимим є використання тільки кількох найважливіших. Дослідження економістів показали, що висока результативність роботи, визначена за одним-двома показниками, не є гарантом успішного продовження діяльності підприємства у майбутньому. Причина полягає в тому, що певний економічний показник є зорієнтованим на одну із зацікавлених груп, при цьому інтереси іншої можуть притискатися.

#### **Висновки і пропозиції:**

- конкуренція є живильним середовищем розвитку продуктивних сил суспільства і його самого в тому числі, а також основою удосконалення виробничих відносин;

- в аграрному виробництві явище конкуренції підвищує ризик його ведення, проте ні за яких несприятливих умов не може (і не повинна бути) ліквідована ця галузь у національній економіці;

- сільськогосподарські підприємства потерпають від негативного впливу на їхню діяльність покупців і постачальників, переробники страждають від дії всіх п'яти чинників галузевої конкуренції;

- не всі аграрні й переробні підприємства мають можливість виходу на зовнішній ринок через низьку якість своєї продукції, тому більшість з них працює на національному ринку;

- об'єктивність оцінки конкурентоспроможності суб'єктів діяльності може бути забезпечена проведенням її тільки на підставі системи показників, за допомогою яких можна встановити конкурентні переваги, як власне підприємства, так і його конкурентів.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі досліджень полягають у точній оцінці конкурентоспроможності конкретних аграрних і переробних підприємств та обґрунтуванні, на підставі цього, стратегій їх розвитку й підвищення конкурентоспроможності.

#### Список використаних джерел:

1. Андрийчук В.Г. Умови економічної конкуренції в Україні. // Економіка України. – 2004. - №10, с.4-10.
2. Богачёв В.И., Кравченко К.В., Ткаченко В.Г. И др. Все о рынке и бизнесе. Справочник предпринимателя. Том 2 – Луганск: “Книжковий світ”, 2001. - 128 с.
3. Богачев В.И., Кравченко К.В. Экономическая теория рыночных отношений. Основы бизнеса. Международные экономические отношения. - Киев: “Арістей”, 2001. - 344 с.
4. Гончаров В.Н. Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства. // Фінанси України. – 2005. - № 8, с. 66-73.
5. Посібник по формуванню ринкового середовища підприємств АПК // За ред. акад. УААН П.Т. Саблука – Київ : ІАЕ УААН, 1997. - 600 с.
6. Шпичак О.М. Підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва //Економіка АПК. – 2004. - № 6, с. 115-121.