

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЧИННИКИ ТА ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ

*БРОНИЦЬКИЙ О.М., К.Е.Н.,
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА ЗООВЕТЕРИНАРНА АКАДЕМІЯ*

У статті розглянуті різні визначення та класифікації чинників конкурентоспроможності. Запропонована система критеріїв та показників конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Various definitions and classifications of factors of competitiveness are presented in the article. The system of criteria and indicators of competitiveness of the agricultural enterprises is offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств має глобальний характер, оскільки, з одного боку, визначає багато аспектів економічної і соціальної політики країни, з іншого – прямо пов'язана з інтересами її громадян, що виступають у ролі споживачів продукції цих підприємств. Процес формування конкурентоспроможних господарських структур ринкового типу, здатних з максимальною ефективністю використовувати землю та забезпечувати стабільну продовольчу безпеку держави посідає важливе місце в аграрній політиці всіх промислово розвинених країн. Значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в умовах сучасної економіки зростає: набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами вітчизняного виробництва, вимагається покращення їх якості, розширення асортименту, що в кінцевому підсумку визначає здатність країни реалізовувати свою продукцію як усередині, так і за її межами.

Для здійснення розширеного відтворення сільськогосподарські підприємства повинні мати відповідний рівень конкурентоспроможності, який, у свою чергу, забезпечується завдяки раціональному використанню низки чинників. При цьому об'єктивно виникає необхідність їх класифікації, визначення критеріїв і показників їх використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність підприємств, окремих її аспектів є

предметом вивчення таких зарубіжних вчених як: І. Ансофф, Е. Вогель, Е. Ворнер, Р. Ербе, Д. Кісінг, П. Крутман, М. Познер, М. Портер, Дж. Робінсон, Дж. Стренд, А. Томпсон, Е. Хекшер та ін. Серед вітчизняних та російських вчених, які займаються дослідженням питань конкурентоспроможності, вагомий внесок зробили Г. Азов, В. Андріанов, Б. Данилишин, О. Квапа, О. Кописко, О. Ліпанова, В. Міланич, О. Піменова, Л. Прокопець, П. Саблук, В. Сіденко, С. Соколенко, А. Стельмашук, Б. Супіханов, Р. Фатхутдінов, П. Чайковський, І. Чемерис, І. Червена, О. Шкільний, О. Шпичак, І. Яців та ін.

Однак, незважаючи на велику кількість досліджень, деякі питання є недостатньо розкритими та потребують подальшого розгляду, – зокрема, питання визначення та класифікації чинників конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, а також показників, що можуть бути використані для її оцінки.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження кола чинників, які визначають конкурентоспроможність агропідприємств, їх класифікація, формулювання критеріїв, за якими доцільно оцінювати конкурентоспроможність цих підприємств та їх конкретизація у економічних показниках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше поняття «конкурентоспроможність» було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером, який під конкурентоспроможністю розумів рентабельність та продуктивність використання ресурсів. Розглядаючи конкурентні переваги підприємства, М. Портер виділяє основні (природні ресурси, кліматичні умови, географічне положення країни, некваліфікована й напівкваліфікована робоча сила і т.п.) та розвинені чинники (сучасна інфраструктура обміну інформацією на цифровій основі, високоосвічені кадри, дослідницькі центри університетів і тому подібне). За ступенем спеціалізації М. Портер підрозділяє конкурентні переваги на загальні і спеціалізовані [4, с. 87-112].

Р. Фатхутдінов вважає, що чинник конкурентної переваги – конкретний компонент (фактор) зовнішнього або внутрішнього середовища дії фірми, за яким вона перевершує конкуруючі фірми. На думку вченого, чинники можуть бути тактичними і стратегічними [5, с. 113]. Тактичний чинник конкурентної переваги фірми – конкретний компонент (фактор) зовнішнього або внутрішнього середовища фірми, за яким вона перевершує або перевершуватиме в найближчий період (не більше року) конкуруючі фірми. Стратегічний чинник конкурентної переваги фірми – конкретний компонент (фактор)

зовнішнього або внутрішнього середовища дії фірми, за яким вона може перевершити конкуруючі фірми після виконання в перспективі конкретних умов, що визначають перевагу аналізованого компонента фірми в порівнянні з тими ж компонентами конкуруючих фірм.

На думку В. Ключача, слід виділяти наступні чинники конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції: економічні (рівень витрат і цін на кінцеві види продукції); екологічні (забезпечення відповідності існуючим вимогам); технологічні (перспективи можливої модернізації виробництва); соціальні (витрати соціального характеру на перепрофілювання виробництва) [2, с. 67-72].

В. Гончаров виділяє наступні групи чинників, що впливають на формування конкурентоспроможності переробних підприємств: чинники макrorівня, мезорівня (галузеві) і мікрорівня (внутрішнього середовища підприємства) [1, с. 44]. При цьому найбільш значимими чинниками в кожній з груп автор вважає наступні: на макrorівні – міжнародні (кон'юнктура світових ринків, стан світової фінансової системи і економічний розвиток провідних країн), національні (політичного, економічного і науково-технічного характеру, механізм державного регулювання, податкова і фінансово-кредитна політика); на мезорівні – специфіка продукції, що виробляється, технологічного процесу, формування цін на продукцію; на мікрорівні – ресурсне забезпечення, економічний і науково-технічний розвиток, організаційно-структурні чинники, чинники комерційної діяльності й цінові. В окрему групу об'єднуються чинники зовнішнього середовища, які мають випадковий характер. Їх дія може проявитися на усіх рівнях ієрархічної структури конкурентного середовища. До випадкових чинників можна віднести політичні події, стихійні лиха і катастрофи; суттєві зміни в технологіях, на світових фінансових ринках та ін.

На думку С. Шевельової, аналіз конкурентоспроможності підприємства слід здійснювати за такими чинниками як: ринкова позиція, прибутковість, привабливість для інвесторів, імідж серед споживачів та різноманітних суб'єктів господарювання [6, с. 21].

Зазначимо, що саме поняття конкурентоспроможності щодо агропідприємств є досить складним і трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають його в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна, на думку яких конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових

умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури [3].

Проте забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств не обмежується використанням тільки земельних ресурсів. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалому циклі виробництва та ін. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств має характерні особливості пов'язані, з одного боку, зі специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності, з іншого, – зі значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників, що є, зокрема, наслідком, значної їх кількості та різноманітності. У загальному вигляді конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни і за її межами.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств її слід розглядати з точки зору як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. До зовнішніх чинників відносяться важелі, які впливають на рівень конкурентоспроможності: інституціональні важелі (державне регулювання, податкова і фінансова політика), сегментованість ринку, природно-кліматичні умови, комунікативність (місце розташування підприємства, його віддаленість від транспортних магістралей, якість доріг, зв'язок і т.д.), цінове регулювання, рівень платоспроможного попиту населення, розвиненість ринку і його інфраструктури. До внутрішніх відносять в основному ті чинники, які сприяють зниженню витрат виробництва: розміри виробництва, ефективність використання факторів виробництва, спеціалізація й диверсифікація виробництва, продуктивність тварин, врожайність сільськогосподарських культур, якість продукції.

Попри те, що зовнішні чинники не піддаються впливу з боку підприємства, вони вимагають належної уваги й врахування у його діяльності й стратегії розвитку, оскільки зміни в зовнішньому середовищі призводять до зміни усіх найважливіших показників роботи підприємства, а отже, і його конкурентній позиції.

Чинники конкурентоспроможності продукції доцільно класифікувати на внутрішньогосподарські та зовнішні. До найбільш значущих внутрішньогосподарських чинників конкурентоспроможності слід віднести, по-перше, витрати на виробництво – мова йде, насамперед, про зниження витрат; збільшення об'ємів інвестування в оновлення основних засобів виробництва і технологій; поліпшення інформаційного супроводу процесів виробництва; інформація про ресурси і технології виробництва; вдосконалення інфраструктури й матеріально-технічної бази; підвищення рівня спеціалізації та концентрації виробництва; залучення висококваліфікованих працівників; мотивація персоналу на підвищення професійно-кваліфікаційного рівня й продуктивності праці; дотримання пропорцій між випереджаючим ростом продуктивності праці та її оплатою; впровадження і розробка внутрішньогосподарського розрахунку на основі бізнес-планів госпрозрахункових підрозділів і укладення єдиного договору співпраці між ними. До внутрішньогосподарських чинників конкурентоспроможності також слід віднести якість продукції, що включатиме: інформацію про стандарти і технологічні вимоги до якості продукції; освоєння нових технологій виробництва; підвищення техніко-економічних і якісних показників; підвищення питомої ваги виробництва продукції, що має високі якісні характеристики.

Серед зовнішніх чинників конкурентоспроможності необхідно виділити, по-перше, реалізацію продукції: загальний стан ринкової кон'юнктури; маркетингові дослідження (зовнішня і внутрішня інформація про конкурентів), структурний аналіз ринку, інформація про величину попиту на конкретний вид продукту, вимоги до якості, переваги і зміни смаків споживачів, платоспроможність населення, канали збуту, ціновий вплив на ринок посередників і переробників, поліпшення інформаційного супроводу реалізації продукції, використання цінових чинників підвищення конкурентоспроможності продукції, освоєння нових сегментів ринку.

Другий суттєвий зовнішній чинник конкурентоспроможності сільгоспідприємств – державне регулювання та підтримка розвитку сільського господарства і сільських територій – індикативне планування; субсидії з державного, регіональних і місцевих бюджетів; пільги по оподаткуванню; державні замовлення на закупівлю сільгосппродукції; підготовка кваліфікованих кадрів; інформаційне забезпечення; розробка і здійснення заходів, що забезпечують підвищення соціального статусу сільського населення (поліпшення

демографічної ситуації на селі, зайнятість, зростання доходів й підвищення якості життя сільського населення, зміцнення його соціального статусу у суспільстві).

Третій важливий зовнішній чинник конкурентоспроможності сільгоспідприємств – взаємодія з іншими господарюючими суб'єктами: встановлення інтеграційних і коопераційних зв'язків по виробництву, переробці і реалізації продукції, інформаційному забезпеченню, захисту інтересів сільгоспвиробників і координації їх діяльності; створення споживчих кооперативів за поданням різного роду послуг.

Період часу реалізації продукції також є одним з чинників конкурентоспроможності – він значною мірою впливає на всі інші елементи конкурентоспроможності. Оперативне реагування на зміну чинників і мобілізація ресурсів зберігають позиції сільгоспідприємств на ринку або ж істотно покращують і мінімізують витрати ринкових трансакцій. Точність в часі постачання ресурсів скорочує витрати на їх зберігання й переміщення та забезпечує ритмічність виробництва. В аграрному виробництві від оперативних рішень про проведення в сприятливі терміни технологічних операцій в рослинництві залежить врожайність сільськогосподарських культур.

Щоб оцінити рівень конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства виходячи із розглянутих чинників, необхідно визначити критерії та показники, за якими має здійснюватись ця оцінка. Критерії – це ознаки, на підставі яких робиться оцінка, засіб перевірки, мірило правильності судження чи оцінки якості, або інших характеристик економічного об'єкту. Всякий критерій повинен відповідати певному набору вимог і забезпечувати об'єктивність, надійність і вимірність основної ознаки. Показник же – це кількісно-якісна характеристика соціально-економічних явищ і процесів, вимірник, який дозволяє судити про стан економіки країни, регіону, підприємства та зміни цього стану, про економічний розвиток, підйом або спад.

Грунтуючись на визначених вище підходах до розгляду конкурентоспроможності підприємства, в якості критеріїв конкурентоспроможності агропідприємства виправданим буде прийняти ознаки, що відповідають певним видам конкурентоспроможності. Для конкурентоспроможності підприємства як сумарної конкурентоспроможності продукції, що виробляється, – це відношення суми виручки від реалізації усіх видів продукції до суми повної їх собівартості:

$$K_1 = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{\sum_{i=1}^n C_i}, \quad (1)$$

де K_1 – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства за першою групою чинників; V_i – виручка від реалізації i -го виду продукції, грн.; C_i – повна собівартість i -го виду продукції, грн.; n – кількість видів продукції, що їх випускає підприємство.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства як вартості його майнового комплексу слід використати показник відношення ринкової вартості майна (виручки від продажу майна) до вартості чистих активів цього підприємства:

$$K_2 = \frac{\hat{A}i}{(\hat{A}i + \hat{A}\hat{i}) - (C\hat{e} + C\hat{a})}, \quad (2)$$

де K_2 – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства за другою групою чинників; V_m – ринкова вартість майна (виручка від продажу майна), грн.; A_n – залишкова вартість необоротних активів, грн.; A_o – вартість оборотних активів, грн.; Z_k – короткострокові зобов'язання, грн.; Z_d – довгострокові зобов'язання, грн.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства як об'єкту бізнесу доцільно використати показник відношення ринкової вартості майна (виручки від продажу майна) до вартості активів цього підприємства з урахуванням їх капіталізації:

$$K_3 = \frac{V_m}{(A_n + A_o) \cdot K_{\text{кап}}}, \quad (3)$$

де K_3 – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства за третьою групою чинників; $K_{\text{кап}}$ – коефіцієнт капіталізації. При обґрунтуванні значення коефіцієнта капіталізації слід орієнтуватися на передові агрофірми, що знаходяться в аналогічних умовах.

Четвертим важливим показником, що має бути використаний для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, є конкурентний статус:

$$K_C = \frac{I_f - I_k}{I_o - I_k} \cdot \frac{S_f}{S_o} \cdot \frac{C_f}{C_o}, \quad (4)$$

де K_C – конкурентний статус підприємства; I_f – рівень стратегічних

капіталовкладень; I_k – критична точка капіталовкладень, що знаходиться на межі прибутку і збитку; I_o – оптимальний рівень капіталовкладень; S_f – діюча конкурентна стратегія; S_o – оптимальна конкурентна стратегія; C_f – наявні можливості; C_o – оптимальні можливості.

Якщо розрахований показник конкурентного статусу знаходиться у межах від 0 до 0,5, це свідчить про низький рівень конкурентоспроможності досліджуваного підприємства; від 0,5 до 0,7 – середній рівень конкурентоспроможності; від 0,7 до 1 – високий рівень конкурентоспроможності.

Глибока всебічна оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства не може бути охарактеризована одним «універсальним» показником. Оцінка конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта не вичерпується повною мірою навіть такими ключовими показниками, як прибуток або чиста продукція, створена в процесі функціонування впродовж одного виробничого циклу. Прибуток, наприклад, може бути отриманий і при великій кредиторській заборгованості за довгостроковими й короткостроковими зобов'язаннями, при абсолютній неплатоспроможності, а в деяких випадках і при негативному значенні чистих активів. Цілком зрозуміло, що відносити господарюючий суб'єкт, що знаходиться в такому фінансовому положенні, до конкурентоспроможних не є обґрунтованим. Тож очевидно, що в процесі аналізу й оцінки діяльності сільськогосподарського підприємства, визначення доцільності його подальшого існування і перспектив розвитку слід застосовувати усі вищевказані критерії і показники конкурентоспроможності.

Висновки. Конкурентоспроможність є динамічним показником, зміни якого залежать як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників у певний момент часу. Об'єктивна оцінка сільськогосподарським підприємством своїх конкурентних позицій на ринку – необхідна (але не достатня) умова для їх посилення. Керівництво підприємства повинно регулярно здійснювати аналіз його діяльності, застосовуючи запропоновану систему критеріїв і показників конкурентоспроможності.

Література.

1. Гончаров В. Факторы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса / В. Гончаров // Проблемы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса РФ и факторы

ее повышения / Сб. науч. трудов ВИАПИ им. А.А.Никонова. – М.: ВИАПИ им. А.А.Никонова, 2008. – Вып.21. – С. 43-47.

2. Клякч В.А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. – М.: Издательство «Колос», 1998. – 219 с.

3. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.

4. Портер М. Конкуренция / М. Портер – Москва: Вильямс, 2001. – 425 с.

5. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.

6. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу / С.О. Шевельова. – Тернопіль: Збруч, 2001. – 196 с.