

**О.В. Шобаніна, д-р екон. наук, професор**

**Г.С. Федосєєва, докторант**

**Миколаївський національний аграрний університет**

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

*У статті досліджено теоретичні аспекти формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку. При цьому, виокремлено основні принципи формування конкурентних переваг досліджуваних суб'єктів на світовому ринку. Обґрунтовано авторський підхід до даного процесу та виокремлено його п'ять основних етапів: підготовка підприємства до формування конкурентної переваги, проектування нової конкурентної переваги, вибір конкурентної переваги для подальшої її розробки та впровадження, реалізація конкурентної переваги, оцінка результативності впровадження конкурентної переваги виробником сільськогосподарської продукції на світовому ринку. Встановлено, що важливим інструментом формування конкурентних переваг підприємства є його конкурентна стратегія. Від так дано визначення цього поняття та виокремлено основні конкурентні стратегії виробників сільськогосподарської продукції.*

***Ключові слова:** конкурентні переваги, виробники сільськогосподарської продукції, світовий ринок, принципи формування конкурентних переваг, конкурентна стратегія.*

**Постановка проблеми.** Проблема забезпечення виживання та безперервного розвитку є однією з основних в господарській діяльності підприємств, ефективне рішення якої напряду залежить від здатності підприємства не лише формувати конкурентні переваги, а і утримувати їх. Для України, як країни з значним сільськогосподарським потенціалом, дана проблема є особливо актуальною саме в аграрному секторі. Разом з тим, виробники сільськогосподарської продукції досить часто приділяють недостатньо уваги можливостям формування, ефективної реалізації та тривалого втримання конкурентних переваг, що не дозволяє їм повністю використовувати наявний потенціал (виробничий, економічний, трудовий та ін.) та стає перепоною для сталого розвитку. В той же час, для тих сільськогосподарських товаровиробників, що працюють або прагнуть

працювати на світовому ринку ефективно рішення окресленого питання є не просто необхідним, а життєвостверджуваним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретичних основ конкурентних переваг займалися багато вітчизняних та іноземних науковців, серед яких варто відмітити праці Г. Азоєва, Ж.-Ж. Ламбена, В. Немцова, Д. Рикардо, О. Пашенко, М. Портера, А. Смита, Дж. Стоунхауса, А. Челенкова, Л. Чайникової, Р. Фатхутдинова та ін. Проте, стрімкі темпи розвитку світового господарства та особливості сільськогосподарського виробництва спонукають до необхідності визначення теоретичних аспектів формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції.

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є обґрунтування теоретичних аспектів формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Дослідження існуючих підходів до визначення сутності поняття «конкурентна перевага» дозволило нам сформулювати власну позицію з цього питання. Так, на нашу думку, під конкурентною перевагою виробника сільськогосподарської продукції слід розуміти сукупність основних чинників його діяльності заснованих на використанні існуючого потенціалу та спроможності підприємства приймати раціональні рішення щодо швидкого реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Окреслений підхід, враховує й надані різними вченими властивості конкурентних переваг підприємства. До основних з яких слід віднести: відносність, динамічність, адаптивність, стійкість, ефективність [1].

Процес формування конкурентних переваг складний та неоднозначний для різних підприємств. Адже, те наскільки підприємству легко сформулювати конкурентну перевагу та наскільки довговічною вона буде залежить від багатьох факторів, в тому числі: розмір підприємства, ефективність його діяльності, інноваційна активність, динамічність ринку на якому працює підприємство та ін. Саме тому, однозначного теоретичного обґрунтування сутності зазначеного процесу не існує. Яценко В.М. називає такі основні підходи щодо трактування поняття «формування конкурентної переваги»: процесний, системний, функціональний [2].

Таким чином, враховуючи наукові надбання сучасності, можна сформулювати наступне визначення: формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції – це процес системного управління діяльністю сільськогосподарського товаровиробника, пов'язаний зі створенням та реалізацією конкурентних переваг покликаних

покращити конкурентні позиції підприємства на ринку сільськогосподарської продукції. При чому, даний процес повинен відповідати загальній стратегії підприємства, враховувати мету, цілі та задачі його діяльності.

Низка вчених, серед яких О.А. Бескорса [3], В.М. Яценко [2], О.П. Пащенко [4] вважають, що забезпечення конкурентних переваг підприємства повинне бути підпорядковане таким основним принципам: адаптивності, інтеграції, гнучкості, динамічності, системності та комплексності, інноваційності.

Заслуговує на увагу підхід до виокремлення принципів конкурентних переваг підприємства Т. Пітері та Б. Уотермена. Так, ми підтримуємо думку вчених, що пріоритетність у формуванні конкурентних переваг підприємств належить керівним кадрам, але результативність даного процесу залежить і від кваліфікації, досвіду та вміння персоналу підприємства вчасно та в повному обсязі виконувати поставленні завдання.

Окрім цього, враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції визначається вмінням керівництва та персоналу прораховувати всі свої дії на перспективу та швидко реагувати на зміну природно-кліматичних умов за для мінімізації втрат продукції (як в процесі посіву, обробки, збирання врожаю, так і при його транспортуванні та зберіганні). Крім того, говорячи про формування конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку, варто брати до уваги особливості зовнішньоекономічної діяльності. А тому, менеджмент компетенції керівного складу сільськогосподарського товаровиробника повинні включати також вміння проводити результативні переговори з представниками різних країн, вміння адаптувати діяльність підприємства до міжнародних стандартів якості на сільськогосподарську продукцію, навички ефективного здійснення зовнішньо контрактної діяльності та ін.

Вважаємо, що порядок формування нової конкурентної переваги виробника сільськогосподарської продукції на світовому ринку повинен включати включає в себе п'ять етапів.

На початковому етапі, а саме підготовці підприємства до формування конкурентної переваги, необхідним є дослідження всіх існуючих інформаційних джерел для виявлення можливостей сформувати нову конкурентну перевагу. Після чого, доцільно обґрунтувати перелік потенційних конкурентних переваг та обрати одну - найбільш вагому, що забезпечить підприємству найбільше зростання рівня конкурентоспроможності на ринку. Даний перелік формується зі всіх

можливих конкурентних переваг з урахуванням їх рейтингу за значущістю для підприємства, потенційної ефективності та відповідності конкурентній стратегії.

При виборі конкурентної переваги, яку підприємству слід формувати варто враховувати певні обмеження, що можуть завадити впровадженню тієї чи іншої конкурентної переваги, а саме: ресурсні обмеження; недостатня кількість працівників або недостатній рівень їх кваліфікації для роботи на зовнішньому ринку; низький рівень фінансового забезпечення, що не дозволить закупити потрібні ресурси в потрібній кількості; висока інтенсивність конкурентної боротьби; інституційне забезпечення міжнародної торгівлі сільськогосподарською продукцією та ін.

На наступному етапі – проектування конкурентної переваги, слід не лише розробити проект нової конкурентної переваги, а і оцінити економічний (прибуток) та підприємницький (завоювання нового сегменту ринку, витіснення конкурентів) ефект від її впровадження.

При розробці проекту нової конкурентної переваги доцільно визначити всіх задіяних фахівців підприємства і їх функції у разі її формування. Виявити, чи відповідає проектувана конкурентна перевага можливостям підприємства, дозволяє вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища, при якому виявляються сильні і слабкі сторони та можливості підприємства.

На етапі вибору конкурентної переваги для подальшої її розробки та впровадження сільськогосподарському товаровиробнику варто перевірити її на відповідність меті діяльності, конкурентній стратегії та визначити наскільки стійкою дана конкурентна перевага може бути.

На етапі реалізації конкурентної переваги проводиться ряд дій, визначених у проекті. Такі заходи повинні бути направлені на якнайшвидшу реалізацію конкурентної переваги та формування її стійкості.

Під час оцінки результативності впровадження конкурентної переваги проводиться порівняння очікуваних та реальних результатів.

Одними з ключових факторів ефективної діяльності підприємства є ефективність використання наявного ресурсного потенціалу та вміння ведення конкурентної боротьби, які можуть вплинути на формування його довгострокової конкурентної переваги що й лежить в основі конкурентної стратегії. Від так, важливим інструментом формування конкурентних переваг підприємства є його конкурентна стратегія.

В. Аранчій., к.е.н., С. Зоря та А. Лантух вважають, що конкурентна стратегія формує конкурентну перевагу, яка в той же час дає можливість

підприємству конкурувати, та отримувати перемоги в даній боротьбі за завоювання та збереження пріоритетних позицій на ринку [5].

Дослідженням сутності та особливостей формування конкурентних стратегій займалися такі провідні іноземні та вітчизняні науковці, як Г. Азоєв, І. Ансоф, І. Багрова, Р. Дименко, Л. Качаліна, Ф. Котлер, О. Нефедова, М. Портер, О. Ромашко, Т. Томалі, А. Челенков, Е. Чемберлен, А. Стрікленд, А. Томпсон, А. Юданов, Г. Хемел та ін. Всі вони мають власне розуміння і по-різному трактують категорію “конкурентна стратегія”. Отже, конкурентна стратегія є досить багатограним поняттям, яке більшість авторів обґрунтовують, як реалізація певного плану заходів підприємства на конкретному ринку з метою отримання конкурентних переваг або досягнення іншого бажаного результату (прибуток, рентабельність та ін.).

Г. Соколюк зазначає, що формування і зміцнення конкурентних переваг має стати пріоритетними цільовими установками функціональних менеджерів підприємства, конкретизація яких повинна відбуватися у руслі обраної стратегії діяльності та втілюватися у стратегії конкуренції [6]. Від так, формування, реалізація та втримання конкурентних переваг на пряму залежать від конкурентної стратегії підприємства, яку воно реалізує.

Дослідження підходів вчених до способів здобуття конкурентних переваг дозволило виокремити основні групи конкурентних стратегій залежно від способу здобуття конкурентної переваги: мінімізація витрат; диференціація; досягнення інноваційної монополії; фокусування на ринковому сегменті. Зазначені стратегії направлені на реалізацію окремого завдання фірми, які в своїй сукупності дозволять підвищити її конкурентоспроможність.

При реалізації практичних заходів з формування нової конкурентної переваги сільськогосподарському товаровиробнику слід враховувати загальні вимоги до них. При чому, виокремлення основних вимог до конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції в розрізі конкурентних стратегій дозволило сформувати певні висновки:

- існує тісний взаємозв'язок між конкурентною стратегією, яку використовує сільськогосподарський товаровиробник та тією конкурентною перевагою, яку він має намір сформувати;
- вимоги до окремих факторів конкурентних переваг можуть співпадати для певних конкурентних стратегій;
- сільськогосподарські товаровиробники при роботі на світовому ринку можуть використовувати декілька стратегій, залежно від країни в яку поставляють продукцію, кількості конкурентів на даному ринку та вимог споживачів.

**Висновки.** Отже, теоретично визначено, що процес формування конкурентної переваги виробником сільськогосподарської продукції є не лише важливим а і доволі складним. Адже, необхідно не лише обрати ту конкурентну перевагу, яка дозволить якнайсильніше підвищити рівень конкурентоспроможності сільськогосподарського товаровиробника, а і буде відповідати його можливостям та забезпечить найбільш тривалий ефект. Від так, при розробці заходів направлених на формування та впровадження нової конкурентної переваги підприємець повинен точно оцінити доцільність даного процесу, аби не перетворити прибуткову діяльність на збиткову.

**Бібліографічний список.** 1. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: [монографія] / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Харків: ІНЖЕК, 2008. – 352с. 2. Яценко В.М. Формування конкурентних переваг сільськогосподарських та переробних підприємств / В.М. Яценко, Я.В. Карпенко // Збірник наукових праць ЧДТУ. – Чернігів. – В. 31 (Ч.1). – 2012. – С. 8-12. 3. Бескорса О.А. Сутність забезпечення конкурентними перевагами підприємства / О.А. Бескорса. – Електронний варіант. – Режим доступу: <http://repo.sau.sumy.ua/bitstream/123456789/325/3/beskorsa.pdf>. 4. Пашенко О.П. Особливості формування конкурентних переваг підприємства: стратегічний аспект / О.П. Пашенко // Вісник ЖДТУ. – № 3, 2015. – С. 94-100. 5. Аранчій В.І. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств / В.І. Аранчій, С.П. Зоря, А.О. Лантух. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/3>. 6. Соколюк Г.О. Конкурентні стратегії виробничого підприємства: особливості вибору та умови реалізації / Г.О. Соколюк // Актуальні проблеми економіки. – № 8, 2010. – С. 163-169

**О.В. Шибанина, Г.С. Федосеева Формирование конкурентных преимуществ производителей сельскохозяйственной продукции на мировом рынке: теоретический аспект.** В статье исследованы теоретические аспекты формирования конкурентных преимуществ производителей сельскохозяйственной продукции на мировом рынке. При этом, выделены основные принципы формирования конкурентных преимуществ исследуемых субъектов на мировом рынке. Обоснованно авторский подход к данному процессу и выделены его пять основных этапов: подготовка предприятия к формированию конкурентного преимущества, проектирование новой конкурентного преимущества,

выбор конкурентного преимущества для дальнейшей ее разработки и внедрения, реализация конкурентного преимущества, оценка результативности внедрения конкурентного преимущества производителем сельскохозяйственной продукции на мировом рынке. Установлено, что важным инструментом формирования конкурентных преимуществ предприятия является его конкурентная стратегия. От так дано определение этого понятия и выделены основные конкурентные стратегии производителей сельскохозяйственной продукции.

**Ключевые слова:** конкурентные преимущества, производители сельскохозяйственной продукции, мировой рынок, принципы формирования конкурентных преимуществ, конкурентная стратегия.

**E.V. Shebanina, H.S. Fedoseeva. Formation of competitive advantages of agricultural producer on the world market: theoretical aspect.** The article explored the theoretical aspects of the competitive advantages of agricultural producer on the world market. The subject of the work was process of formation of competitive advantages of agricultural producer on the world market. The aim is to study the theoretical aspects of creating competitive advantages for their practical implementation to agricultural producers under conditions of the global market. The article singled out the basic principles of the competitive advantages of the studied subjects on the world market, including: adaptability principle, the principle of integration, the principle of flexibility, dynamic principle, the principles of consistency and comprehensiveness, the principle of innovation. Identified author's approach to this process and singled out five basic steps: training enterprises to form competitive advantage, designing a new competitive advantage, choice of competitive advantage for its further development and implementation, the implementation of competitive advantage, estimation of introducing competitive advantages of agricultural producer on the world market. Found that important instrument of competitive advantage is its competitive strategy. Given the definition of the term and singled out the basic competitive strategies of agricultural producer. Indicated that for the implementation of practical measures to formation of new competitive advantages of agricultural producers should take into account general requirements for them in individual competitive strategies. According to this, allocated the following main theses: there is a close relationship between competitive strategy used by agricultural producers and competitive advantage that he intends to form; requirements for individual factors of competitive advantages are related for certain competitive strategies; agricultural producers at work in the world market can use several strategies depending on the country in which supply products, the number of competitors in the market and customer requirements; agricultural producers at work in the world market can use several strategies depending on the country in which

supply products, the number of competitors in the market and customer requirements. The main provisions of the article should be of interest to producers working in the global market and can be used to develop and implement practical measures aimed at forming and retaining competitive advantage.

**Keywords:** competitive advantage, agricultural producers, global market, principles of formation of competitive advantage, competitive strategy.

*Стаття надійшла до редакції 20.05.2016 р*