

5. Мазнев Г.Є. Визначення передумов та оцінка перспектив впровадження прогресивних систем оперативного управління на підприємствах України / Г.Є. Мазнев, О.В. Корнієцький, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 11-21.

6. Михайловська О.В. Операційний менеджмент [навчальний посібник] / О.В. Михайловська. – К. : Кондор, 2008. – 550 с.



## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

***Онопрієнко К.С., Онегіна О.С., Шевченко Ю.Ю., Харківський національний  
технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка***

*Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.*

Що стосується теоретичної сутності формування конкурентних переваг, то слід зазначити наступні особливості в практичній діяльності аграрних підприємств. По-перше, конкурентні переваги можна ототожнювати з можливостями суб'єкта конкуренції, на відміну від можливостей, конкурентні переваги є фактом, який фіксується в результаті реальних і очевидних переваг споживачів. Цієї точки зору дотримуються багато дослідників даної проблематики.

Однак, недоліком даного тлумачення є те, що робиться акцент на статичному характері конкурентних переваг. Тобто слід вважати, що перевага над конкурентами є конкурентною перевагою лише в разі, коли вона знаходить відображення в уже досягнутих, більш високих обсягах продажів, прибутку і ринкової частки і т. При цьому можливість зміни окремої ситуації в перспективі і перетворення потенційних конкурентних переваг в реальні рахунок. Виняток потенційних переваг з категорії конкурентних ніяким способом не дозволяє врахувати перспективи розвитку окремих підприємств - учасників конкурентних відносин.

Споживач вибиратиме продукції того підприємства, яка, інші рівнозначні умов, має можливість знизити витрати за рахунок використання кращих інноваційних технологій або економії на дії ефекту масштабу виробництва.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [3]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності, в першу чергу, важливо дати адекватне визначення цього терміну.

Мета дослідження полягає у визначенні теоретичної сутності конкурентоспроможності, особливостей визначення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, проведення аналізу механізму формування конкурентних переваг, а також визначення перспектив розвитку конкурентних стратегій вітчизняних підприємств для ефективного функціонування на об'єктових ринках.

Розуміння сутності конкурентоспроможності вже розкрито в безлічі наукових робіт, як вітчизняних, так і зарубіжних. Дана категорія пройшла великий еволюційний шлях і була розкрита з різних сторін. Так, наприклад, конкурентоспроможність можна розглядати як здатність підприємства витримувати конкуренцію і протистояти конкурентам або як результат наскільки ефективно підприємство задовольняє потреби споживача в порівнянні з конкурентами, які пропонують аналогічний товар або послугу.

Фатхутдінов Р.А. визначає конкурентоспроможність як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, які представлені на даному сегменті ринку. При цьому конкурентоспроможність являє собою здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з

аналогічними об'єктами на ринку [6]. Відповідно до теорії Райзберга Б.А., конкурентоспроможність - реальна і потенційна можливість підприємства в існуючих умовах виробляти і реалізовувати продукцію, яка за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливою для споживачів, ніж у конкурентів [2]. Визначення конкурентоспроможності, найбільш відповідає нашим дослідженням, є теорія Піддубного І.А. і Піддубної А.І., по якій вона являє собою потенційну або реалізовану здатність підприємства до функціонування в релевантному зовнішньому середовищі, заснованої на конкурентних перевагах і таким чином відображає його позицію відносно конкурентів [5]. Введення терміну «конкурентні переваги» і розроблена М. Портером теорія конкурентних переваг дають методологічну основу для визначення категорії «конкурентоспроможність». На думку М. Портера, конкурентоспроможність економіки визначається продуктивністю, з якої країна, регіон або кластер використовує свої трудові і природні ресурси і капітал [2].

Загалом, конкурентні переваги можна розглядати як концентрований прояв переваги над підприємствами - конкурентами в різних сферах діяльності. Тобто це випередження конкурентів за рахунок вдалої реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій. З точки зору джерела виникнення конкурентних переваг підприємства, їх можна розділити на дві групи: переваги низького і високого рівнів. Причому конкурентні переваги низького рівня для підприємства утворюються при використанні дешевої робочої сили, доступних недорогих джерел сировини і т.д., що в сучасних економічних умовах не є стабільними, тому такі переваги можуть швидко зникнути. Конкурентні переваги підприємства високого рівня формуються при наявності кваліфікованих кадрів, застосування новітніх інновацій, високих технологій і т.п. Інша класифікація конкурентних переваг розділяє їх на зовнішні і внутрішні. Зовнішні конкурентні переваги базуються на відмінній якості товарів, утворює головну цінність для споживача, а внутрішні формуються на перевагах підприємства по мінімізації виробничих витрат в порівнянні з конкурентами.

Конкурентні переваги підприємства в теорії є концентрованим виявом переваг над конкурентами з точки зору економічної, техніко-технологічної, організаційної, управлінської та інших видів діяльності підприємства. При цьому їх можна виміряти загальними економічними показниками (зниження виробничих витрат, отримання додаткового прибутку, підвищення рівня рентабельності, збільшення ринкової частки підприємства і обсягів продажів продукції і т.п.). Що стосується перспективи, то одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств можна вважати оптимізацію ролі оптових продовольчих ринків, як основних на даному етапі розвитку в системі факторів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Відсутність альтернативних каналів реалізації даної продукції призводить до негативного розвитку галузі і до кризи фінансово-економічного стану товаровиробників. Тому однією з умов вирішення проблеми постачання населення міст і ефективного збуту продукції вітчизняними товаровиробниками повинні виступати оптові продовольчі ринки. Метою створення таких ринків є стимулювання виробництва на основі формування ефективного механізму взаємної зацікавленості виробника і споживача сільськогосподарської продукції шляхом встановлення прямих зв'язків між ними, регулювання виробництва і збуту продукції з урахуванням задоволення споживчого попиту населення. Відправними моментами системного формування оптових продовольчих ринків виступає основна концепція і об'єктивні особливості конкурентного середовища і позиція регіону в забезпеченні продуктами харчування шкіл, навчальних закладів та інших установ соціальної сфери. Це особливо актуальним стає в рамках реалізації соціальних цільових програм. Необхідність створення оптових продовольчих ринків викликана тим, що єдина система матеріально-технічного постачання і збуту в сільському господарстві, що існувала в дореформений період була ліквідована, а стихійно виниклі ринки продовольства мають серйозні недоліки. До числа останніх відносяться дезінтеграція всіх ланок АПК, скорочення інвестицій, зростання витрат виробництва і обігу, скорочення платоспроможного попиту населення, нерегульований імпорт, диспаритет цін та інші негативні економічні та соціальні відносини в сільському господарстві.

Використовуючи зазначений підхід, ми, фактично, можемо і характеризувати конкурентоспроможність підприємства і його продукції через систему базових показників ефективності поточної діяльності, адже головним критерієм оцінки поведінки оператора ринку є результативність [4]. По-друге, існує підхід, заснований на пропозиції споживачам унікальною за своїми споживчими властивостями продукції, яка не має аналогів (з точки зору якості або інших характеристик). При цьому також виникає необхідність у зниженні цін. Третій підхід полягає в спеціалізації підприємства або на обслуговуванні широкого кола споживачів (наприклад, всього цільового ринку), або тільки обраних окремих цільових сегментах - об'єктових ринках.

Також в загальні особливості слід віднести наступні. Конкурентні переваги носять відносний характер, тобто вони можуть проявлятися тільки в зіставленні з товарами - аналогами. Крім того, конкурентні переваги визначаються конкретними умовами, в яких вони проявляються в даний момент або проміжок часу. Дані міркування можна цілком віднести до поняття «конкурентоспроможність».

Дослідження механізму формування конкурентних переваг сільськогосподарського виробництва в межах бізнес-процесу дозволяє трактувати його як систему взаємопов'язаних, взаємозалежних важелів, методів, способів, регламентів, правил, умов, що впливають на процес виробництва сільськогосподарської продукції. Економічні інструменти в системі механізму формування конкурентних переваг виконують стимулюючу функцію, забезпечують реалізацію інтересів усіх учасників бізнес-процесу і їх відповідальність у вигляді відповідних економічних відносин. Вони економічним базисом, який визначає порядок функціонування механізму конкурентних переваг в сільськогосподарському виробництві.

Кожен сегмент механізму формування конкурентних переваг на рівні підприємства представлений сукупністю інструментів:

- економічний - планування, контроль і аналіз, облікова політика, внутрішній аудит, ціна, інформаційне забезпечення, економічні норми і нормативи, економічні стимули, економічні санкції, управління витратами, умови оплати праці та інші;

- техніко-технологічний - система машин, якісні параметри технологічних прийомів вирощування сільськогосподарських культур і догляду за тваринами, терміни проведення технологічних прийомів, технологічна схема, сорт (порода), продуктивність землі і тварин, сівозміни тощо;

- якість продукції - зовнішній вигляд, вологість, засміченість, скловидність, вміст білка, клейковини, пукристість, жирність, кислотність, олійних та інші;

- правила взаємовідносин - зміст контрактів, умови і порядок укладення, правила розподілу отриманого доходу (виручки, прибутку), взаєморозрахунків, регулювання встановлених економічних і техніко-технологічних норм і нормативів, якісних параметрів продукції, відповідальності та інші;

- організаційний - виділення підрозділів відповідно до організаційно-виробничої структури, виявлені лідерів підрозділів, відкриття особових рахунків, обґрунтування виробничої програми, обґрунтування ресурсного забезпечення, вибір моделі оплати праці, розподільних відносин, обґрунтування трансфертних цін на продукцію і послуги внутрішнього обороту, розробка методики визначення, розподілу його між працівниками.

Суть даного підходу полягає в тому, що бізнес-процес виробництва сільськогосподарської продукції розбивається на окремі елементи: стадії, прийоми, операції, які управляються як самостійні об'єкти. При цьому робота з аналізу та оцінки технічних, технологічних і інших альтернатив визнається однією з стадій цього процесу. Тобто бізнес-процес можна уявити як оцінку альтернативних матеріальних ресурсів, технічних засобів, технологічних прийомів, ринків збуту, цінової кон'юнктури; безпосередньо технологічний процес виробництва продукції і реалізація. Причому на кожній стадії використовуються відповідні інструменти.

У будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [2]. Прибуток є узагальнюючим критерієм ефективності бізнес-процесу і діяльності сільськогосподарського виробника в цілому. Основна її частина направляється на розширення

виробництва, використання досягнень науково-технічного прогресу. За рахунок прибутку формується резерв, який обслуговує форс-мажорні обставини, фонди соціального розвитку та матеріального стимулювання, забезпечується виплата дивідендів. Розміри відрахувань за відповідними напрямками можуть бути самими різними виходячи зі стану матеріально-технічної бази, рівня її модернізації, соціальних гарантій, інших факторів і щорічно уточнюватися.

Такий підхід дозволяє оцінювати ефективність бізнес-процесу з позицій ринку. На ринку покупець оцінює конкурентні переваги продукції через якісні та цінові переваги, що виражається в зростанні обсягу продажів, виручки і прибутку. Однак найбільш повно конкурентні переваги проявляються через прибуток. Прибуток вловляє розширення продажів в силу виробництва високоякісної продукції, зниження витрат виробництва і як наслідок, лідерство в ціновій конкуренції. Саме через прибуток реалізуються такі виділені принципи, як соціально-економічне партнерство, гармонізація інтересів учасників бізнес-процесу, поділ ризиків між усіма його учасниками, усунення протиріч на всіх стадіях бізнес-процесу, ув'язка матеріальної винагороди результатами підприємницької діяльності.

### Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринку» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



## ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЗЕРНОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

*Перебийнос С.Д., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка*

*Науковий керівник – д.е.н, професор Шабінський О.В.*

Зерновиробництво є ключовою галуззю національної економіки, його розвиток є запорукою продовольчої безпеки держави. Крім того, експортний потенціал зернової галузі гарантує економічну стабільність аграрним підприємствам та державі в цілому. Тому, збереження та посилення позицій вітчизняних зерновиробників на міжнародному ринку неможливе без інвестування в інтенсивні технології вирощування зернових культур.

Інтенсивні технології представляють сукупність послідовних агротехнічних прийомів, які створюють умови для максимальної реалізації генетичного потенціалу сортів та можливості для отримання більш високої урожайності.

В основі інтенсивної технології лежать розміщення посівів культури після кращих попередників у системі сівозмін, вирощування високопродуктивних сортів; забезпечення рослин достатньою кількістю мінеральних елементів, застосування інтегрованої системи захисту рослин від бур'янів, хвороб і шкідників, своєчасне і якісне виконання всіх технологічних прийомів, а також, створення сприятливих умов росту і розвитку рослин, енергозбереження та природоохоронні заходи.