

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В ГАЛУЗІ М'ЯСО- МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

Лозинська І.В.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі, в умовах зниження платоспроможності населення з одного боку та засилля імпорتنих товарів не завжди належної якості з іншого боку, перед економікою країни постає питання підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. Першочерговим завданням при цьому є адаптація сільськогосподарських підприємств до трансформаційних умов господарювання. На практиці ж, досягнення українськими товаровиробниками гідного місця на ринку та в уявленні споживачів можливе лише за умови усвідомлення ними конкурентних переваг власного виробництва перед іноземними товарами, узгодивши власні ціни та можливості з кон'юнктурою ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню питання теорії, методології і практики конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств присвячували свої праці вітчизняні науковці, як І.М.Астахова, Т.Г. Маренич, П.К. Канінський, В.Я.Месель-Веселяк, Т.І. Олійник, Р.А.Фатхутдінов, В.І.Юрчишин, С.В.Ярошенко та інші. Також проблеми розвитку конкурентоспроможності підприємства і його продукції розкриті в роботах зарубіжних вчених І.Ансофа, М.Портера, А.Сміта тощо.

**Метою даної статті** є узагальнення поглядів науковців на визначення поняття конкурентоздатності виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства, виокремлення критеріїв та індикаторів конкурентоздатності.

**Виклад основного матеріалу.** Економічна категорія «конкуренція» в перекладі з грецької на українську мову означає протистояння, протиборство, суперництво, змагання. Отже, конкуренція – змагання кількох підприємців за досягнення однієї й тієї ж мети [5]. Конкуренція постійно заохочувалася,

починаючи з ранніх часів розвитку підприємництва. Ще Адам Сміт вважав, що багато проблем суспільства, включаючи соціально-економічні, можна вирішувати з допомогою активної конкуренції, коли намагання одного підприємця будуть зведені нанівець низькими цінами або товарами кращої якості, запропонованими суспільству його конкурентами [4].

Канінський П.К. під конкурентоспроможністю підприємства розуміє його здатність отримувати прибутки, достатні для відтворення простого або розширеного виробництва, мотивації праці та поліпшувати властивості продукції [3].

С. Ярошенко стверджує, що підприємства є конкурентоспроможними, якщо вони можуть довгий час відстоювати власні переваги на ринку завдяки наявності ефективної стратегії чи здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, достатній для вдосконалення виробництва, підтримання якості продукції на високому рівні і стимулювання робітників [8].

А. Маренич та І. Астахова зазначають, що конкурентоспроможність – це комплексна характеристика діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити сильні сторони підприємств в конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами [1].

За А. Яновським, конкурентоспроможність – це здатність підприємств виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага одних підприємств над іншими, що працюють у даній галузі в країні та за її межами [7].

На нашу думку, підсумовуючи наведені вище міркування відомих науковців, найбільш вдалим є наступне визначення конкурентоспроможності: «... це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку».

Проаналізувавши підходи до розуміння конкурентоспроможності підприємств, робимо висновок, що не існує єдиного її трактування. Частина

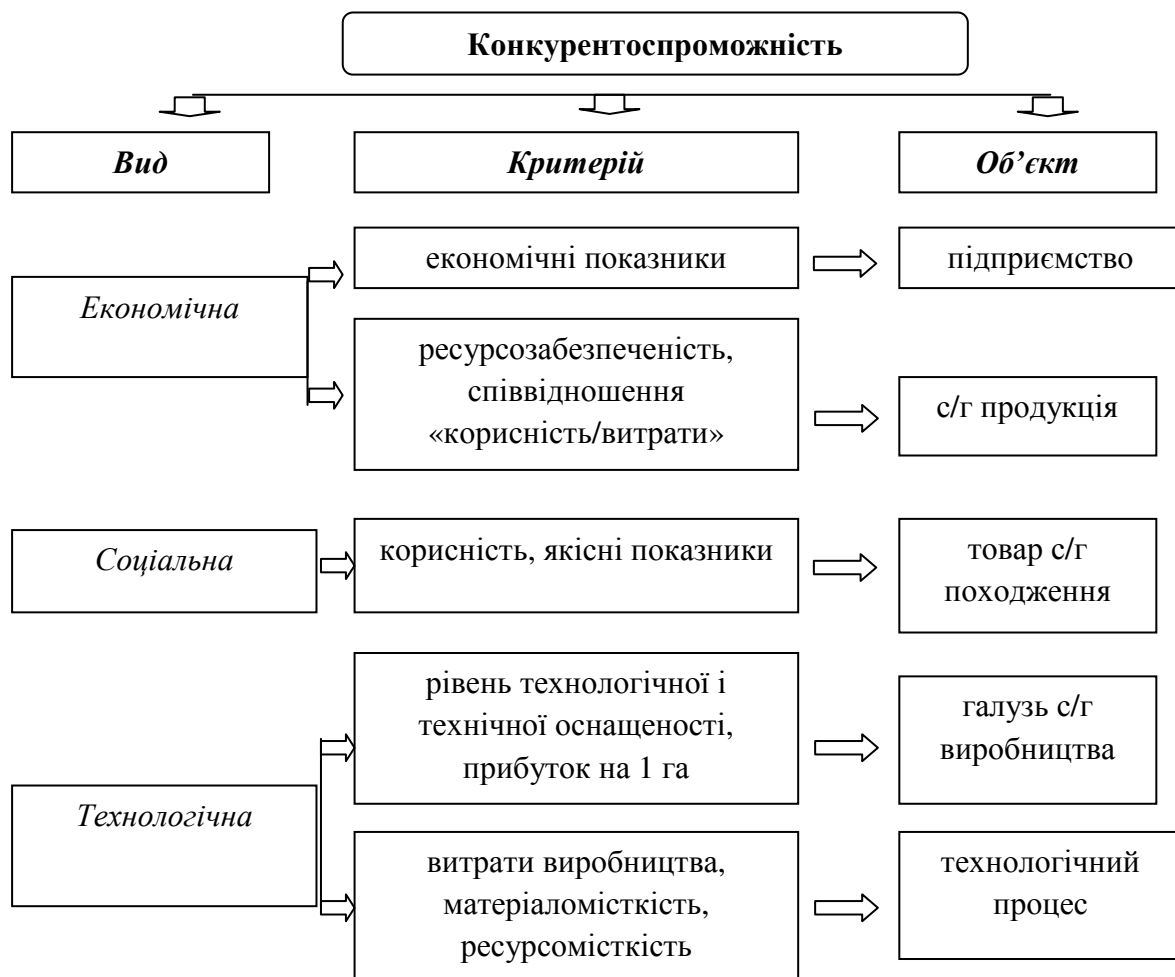
дослідників вважає, що конкурентоспроможність підприємств – категорія, яка прямо визначається характеристиками їх продукції. Інші дослідники беруть за основу ефективність виробничого процесу чи стратегічного планування розвитку підприємств, їх спроможність впроваджувати нові технології та боротися з суперниками на ринках.

На нашу думку, категорія «конкурентоспроможність підприємств» має поєднувати в собі інформацію про чинники, які можуть забезпечити завоювання та утримання ними конкурентних позицій, тривале перебування на ринку: виробничу ефективність, здатність продукції задовольняти потреби споживачів, ефективність організації маркетингової діяльності тощо.

Усі наведені визначення конкурентоспроможності, природно, мають право на існування, дозволяють глибше зрозуміти суть даного економічного поняття. Разом з тим розмаїтість визначень конкурентоспроможності, підходів до відображення її змісту свідчить не тільки про складність цього поняття, але і про відсутність єдиного системного підходу до формування й аналізу поняття «конкурентоспроможність» – дослідники найчастіше звертають увагу на одні властивості і фактори конкурентоспроможності і залишають осторонь інші. Ця обставина може бути пов'язана з характером розглянутих задач економічного аналізу, змістовні постановки яких і визначають важливість певних аспектів конкурентоспроможності, що в остаточному підсумку і призводить до того, що в одних визначеннях виділяються одні властивості конкурентоспроможності, а в других пропонується досліджувати інші (рис.1).

Однією з найважливіших причин нинішнього кризового стану вітчизняних підприємств аграрного сектору є те, що вони виявилися не готові до конкуренції із західними підприємствами на відкритих внутрішніх і зовнішніх ринках. Низька конкурентоздатність продукції призводить до погіршення фінансово-економічного стану вітчизняних аграрних підприємств. Також внаслідок низької конкурентоспроможності продукції та високого рівня інфляції знижується обсяг виробництва. Скорочення ж обсягів виробництва, в свою чергу, призвели до недовантаження виробничих потужностей, а отже, до росту частки постійних витрат у структурі собівартості продукції. А оскільки

конкуренція з західними товарами змусила аграрні підприємства при формуванні ціни орієнтуватися на ринкові ціни, то дана ситуація призвела до появи збитків із усіма наслідками, що випливають з цього. Тобто втрата конкурентоспроможності для будь-якого підприємства є прямим шляхом до банкрутства.



*Рис.1 - Матриця компонентів конкурентоспроможності*

*Джерело: розробка автора*

Ситуація в галузі м'ясо-молочного скотарства ускладнюється через специфіку галузі, яка полягає в наступному:

1) продукція галузі– це здебільшого кінцевий продукт, призначений для задоволення потреб населення у продовольстві і різних галузей економіки у сировині, тому такий фактор, наприклад, як мода, не превалує в оцінці конкурентоспроможності товару;

2) продукція м'ясо-молочного скотарства – це, як правило, товар швидкого користування, що не вимагає великих витрат споживача в процесі її приготування до вживання;

3) підприємства з виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства є своєрідним барометром загальногосподарської кон'юнктури, вони першими реагують на економічні спади й останніми на підйоми. Реакція на економічний підйом повинна полягати в пропозиції на ринок продукції, що відповідає вимогам споживачів;

4) виробництво продукції характеризується досить тривалим виробничим циклом, тому підприємства даної галузі відчують потребу в тривалому кредитуванні і сильно страждають в умовах високого рівня інфляції;

5) для підвищення якості продукції та ефективності управління підприємствами в галузі м'ясо-молочного скотарства необхідно розробити механізми заохочення переходу підприємств аграрного сектора на міжнародні стандарти якості.

Для більшості підприємств галузі досить складно перебороти відставання від світових та й наших вітчизняних аграрних лідерів, які зайняті, у виробництві та переробці м'ясо-молочної продукції. Значній кількості підприємств агробізнесу без підтримки органів державної, регіональної та місцевої влади загрожує процедура банкрутства. Загальновизнано, що, більшість аграрних підприємств відносяться до соціальнозначущих, так як на них виробляються продовольство і сировина для харчової і переробної промисловості. У силу того, що підприємство є учасником не тільки ринку товарів, але й ресурсів, праці, капіталу й інших ринків, поряд із власниками підприємства, його конкурентоздатність також важлива для споживачів, постачальників, працівників, менеджерів, а також кредиторів й інвесторів. При цьому для кожної із цих груп зацікавлених осіб конкурентоздатність сільськогосподарського підприємства виражається по-своєму. Отже, для власників аграрних підприємств перед прийняттям стратегічних рішень навіть на рівні підприємства, необхідна детальна оцінка його конкурентоспроможності за всіма факторами (рис 2).

Для багатьох вітчизняних підприємств галузі м'ясо-молочного скотарства зміст конкуренції зводиться до того, щоб бути схожими на своїх конкурентів. Це додає їм впевненості в собі. Але наслідувати іншим – значить позбавитися

будь-якої своєї конкурентної переваги. Деякі підприємства, володіючи певною конкурентною перевагою, не роблять зусиль для того, щоб не втратити її.



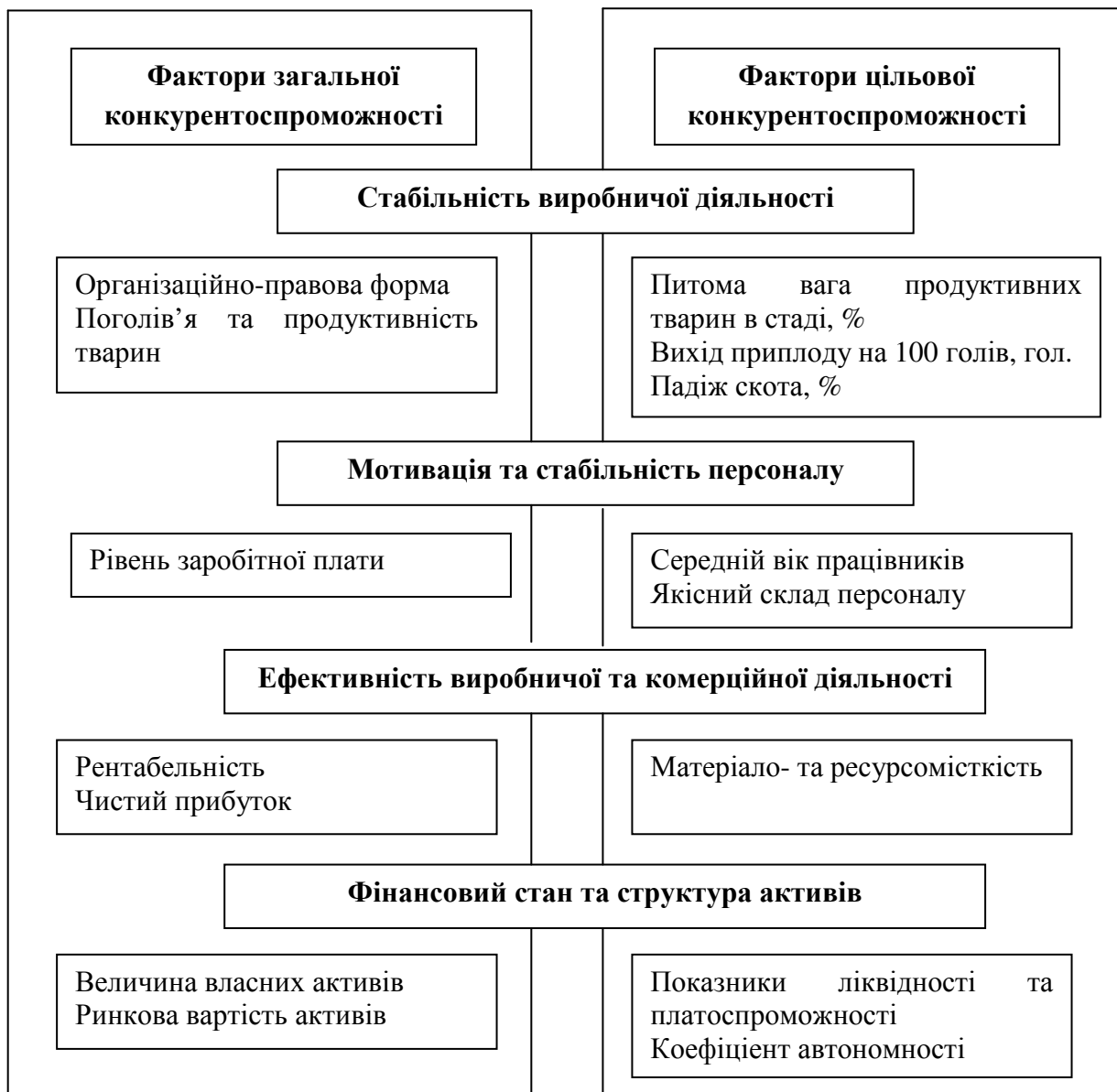
*Рис. 2. Критерії конкурентоспроможності підприємства*  
Джерело: розробка автора

Наявність конкурентної переваги не повинна зупиняти подальший пошук вдосконалення стратегії розвитку підприємств аграрного бізнесу. Для сучасного етапу розвитку ринку наявність саме своєї конкурентної переваги може стати вирішальним при виборі споживача і для виживання будь-якого підприємства.

Отже, сьогодні у нашій країні недооцінюють проблеми конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому. У більшості випадків при оцінці конкурентоспроможності виробу кількісному аналізу піддаються тільки деякі критерії конкурентоспроможності: ціна, технічні та якісні характеристики. Робиться це, в основному, для продукції, що йде на задоволення потреб споживача [5].

Ця обставина визначає наявність різних факторів, що формують конкурентоздатність підприємства. З огляду на існуючий у галузі дефіцит інвестиційних ресурсів - однієї з головних причин низької конкурентоздатності, можна виділити наступні ключові фактори

конкурентноздатності галузі м'ясо-молочного скотарства сільськогосподарських підприємств (рис. 3).



*Рис.3. Ключові фактори конкурентоспроможності підприємства галузі м'ясо-молочного скотарства*

*Джерело: розробка автора*

Як показує практика, комплексний розвиток всіх факторів, що роблять вплив на конкурентоздатність підприємства, можливий тільки за рахунок освоєння сучасних технологій виробництва продукції, контролю якості, використанні при виробництві сучасної техніки й устаткування. Важливе

значення при цьому має мотивація персоналу, що приймає участь у реалізації проектів по модернізації виробництва

Це пояснюється багато в чому тим, що підприємства звикли працювати на «ринку продавця» і за основу оцінки приймають якісні характеристики товару. Поняття конкурентоспроможності аграрного підприємства не потрібно замінювати поняттям його фінансового стану та платоспроможністю. Фінансовий потенціал аграрного підприємства є лише одним з його факторів конкурентоспроможності, що виконує, як правило, роль обмеження. Але підприємство може мати досить високий рівень розвитку технології, трудові ресурси високої кваліфікації і при цьому низький рівень фінансового потенціалу, що став результатом неправильно розробленої стратегії ведення конкурентної боротьби інших неправильних управлінських рішень [6].

Управління конкурентоспроможністю продукції, що випускається, на сучасному етапі розвитку ринку можливе тільки з позиції привабливості для споживача. Управління конкурентоспроможністю продукції галузі м'ясо-молочного скотарства повинно керуватись наступними аспектами:

- визначення параметрів конкурентоспроможності;
- оцінка рівня конкурентоспроможності для власної продукції і продукції, що випускається конкурентами;
- визначення необхідного рівня конкурентоспроможності;
- доведення існуючих характеристик продукції до необхідного рівня на основі контролю і регулювання;
- прогнозування рівня конкурентоспроможності залежно від темпів науково-технічного прогресу, розвитку ринків, соціальних і політичних змін.

Конкретні рекомендації не можуть бути для всіх підприємств стандартними, у кожному конкретному випадку на підприємстві повинна розроблятися система управління конкурентоспроможністю, що оптимально працюватиме з урахуванням усіх специфічних характеристик і особливостей даного підприємства. Необхідно мати всю систему факторів конкурентоспроможності продукції, їх взаємозв'язок і взаємодію між собою, щоб побудувати систему управління конкурентоспроможністю продукції.



Інтегральне розуміння конкурентоспроможності підприємства як сукупності факторів вимагає більш широкого підходу до проблем управління конкурентоспроможністю [6].

Конкурентоспроможність характеризується деяким набором параметрів  $X_i$ , що дають числову оцінку об'єкта. Поставимо у відповідність цьому набору деяку міру  $K_{ie}$ , функціонально зв'язану із сукупністю оцінок  $X_i$ , що характеризують властивості об'єкта. Можливість впливу на об'єкт виявляється в зміні чисельного значення  $K_{ie}$ . Метою такого впливу є забезпечення значення міри  $K_{ie}$  у доступному інтервалі.

Виходячи з умови розвитку систем, що може бути поширена і на системи, які забезпечують конкурентоспроможність, з часом інтегральний показник конкурентоспроможності продукції, а також підприємства в цілому повинен збільшуватися. Іншими словами, при будь-яких  $t_1 < t_2$ . Маємо:

$$K_{ie}(X_i(t_1)) < K_{ie}(X_i(t_2)) \quad (1)$$

Відхилення  $X_i$  у часі від деякого необхідного (еталонного) рівня означає зниження конкурентоспроможності продукції. З метою підтримки конкурентоспроможності на бажаному рівні у визначеному часовому інтервалі необхідно впливати на процес створення споживчої цінності. Перебудова системи в потрібний момент часу означає зміну міри  $K_{ie}$ . Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності можливе тільки при постійному впливі на об'єкт із метою збереження рівня  $K_{ie}$  в умовах, що змінюються [7].

Для цього пропонується концепція забезпечення конкурентоспроможності продукції, що передбачає при здійсненні управлінських впливів використання принципу аналізу неузгодженостей між фактичними і необхідними показниками конкурентоспроможності.

Інструментом керування рівнем конкурентоспроможності товару на різних стадіях життєвого циклу товару можуть виступати ті чи інші фактори конкурентоспроможності. Об'єктами управління можуть бути всі складові внутрішнього потенціалу аграрного підприємства, до яких відносяться: виробничий потенціал (техніко-технологічний, кадровий, організації виробництва, сировина та матеріали); потенціал розвитку (маркетингу та

менеджменту, інноваційний, інформаційний); інвестиційний потенціал (наявність і величина внутрішніх джерел інвестування, можливість залучення зовнішніх фінансових ресурсів) [5].

**Висновок.** Таким чином, проблема управління конкурентоспроможністю продукції є досить актуальною для вітчизняних аграрних підприємств на сучасному етапі, бо зниження конкурентоспроможності продукції є чинником ризику для всього аграрного підприємства, а вихід з важкого фінансового стану можливий тільки у результаті створення конкурентоспроможного виробництва. У свою чергу формування системи управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств доцільно проводити на підставі об'єктивної інформації про стан підсистем.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия /А.Маренич, И.Астахова // Бизнес-Информ. – 2007. – №5 – С. 23–27.
2. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М.О.Ермолов. – М.: Мысль, 1990. – 229 с.
3. Канінський П.К. Спеціалізація та кооперація тваринництва зони Лісостепу в умовах ринкової економіки / П. К. Канінський. – К. : ІАЕ УААН, 2000. – 450 с.
4. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов /А. Смит. – М.: ИНФРА-М. – 2001. – 312 с.
5. Шувалов А.И. Некоторые аспекты оценки конкурентоспособности / А.И.Шувалов //Обновление продукции и конкурентоспособность. – М.: МДНТП, 2011. – С. 44–46.
6. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю.Юданов. – М.: АКАЛИС, 1996. –272 с.
7. Яновский А. Конкурентоспособность товара и товаропроизводителя / А.Яновский //Бизнес-Информ. – 1996. – №5. – С. 21–23.
8. Ярошенко С.П. Принципи конкурентноздатності сфери матеріального виробництва /С.П.Ярошенко // Регіональна економіка. – 2008. – № 1(2). – С. 37–39.

## **Лозинська І.В. Сучасні підходи до формування конкурентоспроможності продукції в галузі м'ясо-молочного скотарства**

Мета статті полягає в систематизації поглядів дослідників на визначення поняття конкурентоздатності виробництва продукції м'ясо-молочного скотарства, виокремленні критеріїв та індикаторів.

У результаті дослідження було виявлено розмаїтість визначень конкурентоспроможності, підходів до відображення її змісту, що свідчить не тільки про складність цього визначення, але і про відсутність єдиного системного підходу до формування й аналізу поняття.

Обґрунтовано основні складові компоненти, критерії та фактори конкурентоспроможності та окреслено специфічні проблеми підвищення конкурентоспроможності в галузі м'ясо-молочного скотарства.

Перспективами подальших досліджень є розширення ринків збуту продукції вітчизняних сільськогосподарських підприємств за для підвищення їхньої прибутковості та забезпечення населення високоякісними продуктами харчування.

Ключові слова: конкурентоспроможність, м'ясо-молочне скотарство, сільськогосподарські підприємства, конкуренція, ефективність.

## **Лозинская И.В. Современные подходы к формированию конкурентоспособности продукции в отрасли мясо-молочного скотоводства**

Цель статьи заключается в систематизации взглядов исследователей на определение понятия конкурентоспособности производства продукции мясо-молочного скотоводства, выделении критериев и индикаторов.

В результате исследования было выявлено разнообразие определений конкурентоспособности, подходов к отображению ее содержания, что свидетельствует не только о сложности этого определения, но и об отсутствии единого системного подхода к формированию и анализу понятия.

Обосновано основные составные компоненты, критерии и факторы конкурентоспособности и очерчено специфические проблемы повышения конкурентоспособности в области мясо-молочного скотоводства.

Перспективами дальнейших исследований является расширения рынков сбыта продукции отечественных сельскохозяйственных предприятий для повышения их прибыльности и обеспечение населения высококачественными продуктами питания.

Ключевые слова: конкурентоспособность, мясо-молочное скотоводство, сельскохозяйственные предприятия, конкуренция, эффективность.

### **Відомости про автора.**

Лозинська Інна Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і контролінгу, Сумський національний аграрний університет  
Контактна інформація: тел.: (050)307-50-04; inna\_lozinskaya@inbox.ru

Лозинская Инна Витальевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и контроллинга, Сумский национальный аграрный университет

### **Інформація для надсилання матеріалів:**

Лозинська І.В., вул.Черепіна 20, кв.4, м.Суми, 40034

Наданий матеріал раніше не публікувався та в інші видання не надсилався.