

Тематична рубрика: **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ (ЗА ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ)**

УДК: 338.432:339.137.22

Шумкова О.В.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумського національного аграрного університету

Корнієнко Я.С.

магістрант
Сумського національного аграрного університету

**ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА
FEATURES OF DETERMINATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES
OF PRODUCTS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

У статті авторами розглянуто питання визначення та дослідження конкурентних переваг продукції сільськогосподарського підприємства. Визначено, оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства та його продукції може бути проведена на основі аналізу його конкурентного потенціалу, який доцільно розглядати з позиції ресурсів забезпечення конкурентоспроможності. За допомогою SWOT-аналізу авторами досліджено головні конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства, яке виступило об'єктом дослідження. На основі проведеного SWOT-аналізу автори розробили та пропонують до впровадження нові маркетингові заходи, дія яких на практиці покращить стан даного сільськогосподарського підприємства, введе його на новий маркетинговий рівень. У статті проведено аналіз показників цінової конкуренції сільськогосподарського підприємства. Також автори, на основі проведеного аналізу, запропонували стратегічні напрямки розвитку підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, сільськогосподарське підприємство, сільськогосподарська продукція, озима пшениця.

В статье авторами рассмотрены вопросы определения и исследования конкурентных преимуществ продукции сельскохозяйственного предприятия. Определено, оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия и его продукции может быть проведена на основе анализа его конкурентного потенциала, который целесообразно рассматривать с позиции ресурсного обеспечения конкурентоспособности. С помощью SWOT-анализа авторами исследованы главные конкурентные преимущества сельскохозяйственного предприятия, которое выступило объектом исследования. Базируясь на проведенном SWOT-анализе, авторы разработали и предлагают для использования новые маркетинговые решения, действие которых на практике улучшит благосостояние анализируемого сельскохозяйственного предприятия и выведет его на новый маркетинговый уровень. В статье проведен анализ показателей ценовой конкуренции сельскохозяйственного предприятия. Также авторы, на основе проведенного анализа, предложили стратегические направления развития предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, сельскохозяйственное предприятие, сельскохозяйственная продукция, озимая пшеница.

At the present stage of development of the agricultural complex of Ukraine one of the promising areas is to produce competitive products of the agricultural enterprises. The purpose of the article is to study the peculiarities of determining the competitive advantages of agricultural enterprises and search of strategic solutions for their improvement. In the article the authors consider the issues of determining and researching the competitive advantages of agricultural enterprises. The concept of competitiveness is interpreted and analyzed depending on the economic object being considered. It is determined that the assessment of

the competitiveness of an agricultural enterprise and its products can be carried out on the basis of an analysis of its competitive potential, which should be considered from the standpoint of resources for ensuring competitiveness. The authors investigated the main competitive advantages of an agricultural enterprise by using SWOT-analysis. By focusing on the relationship of strengths and weaknesses with market opportunities and marketing threats, it is possible to develop and implement new marketing measures, which in practice will improve the state of this agricultural enterprise and bring it to a new level. It is necessary to introduce new production technologies, to formulate goals and strategies, to enter new markets and introduce new types of products. The article analyzes the indicators of price competition of agricultural enterprises. The assessment of the competitiveness of products consists in researching the needs of customers, market requirements, the level of prices for goods and its cost. Therefore, the authors considered the main indicators that influence the competitiveness of the main type of crop production. Increasing the competitiveness of agricultural products can be ensured through the economic and ecological balance of the development of productive forces and the use of productive resources of agricultural production; improvement of the reform of property relations and forms of management; optimization of the mechanism of state support of the domestic commodity producer on the domestic and foreign markets; providing effective financial and credit policy

Key words: *competition, competitiveness, agricultural enterprise, agricultural products, winter wheat.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку агропромислового комплексу України одним із перспективних напрямів є виробництво конкурентоспроможної продукції підприємства та обґрунтування заходів щодо його стабілізації, а підвищення ефективності є загальнодержавним завданням. Важливого значення набувають питання зростання показників регіонального сільськогосподарського виробництва. В регіональному агропромисловому комплексі є багато невирішених проблем, котрі стали

результатом недостатньої послідовності у реформуванні АПК. Їх вирішення та реалізація конкурентоспроможної моделі вітчизняного агровиробництва є запорукою формування реального добробуту населення країни, активізації підприємницької діяльності і підвищення продовольчої безпеки держави та її регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення конкурентоспроможності товару та продукції сільськогосподарських підприємств завжди була актуальною і посідала вагомим місце серед напрямків економічних досліджень. Різним аспектам теорії і практики конкурентоспроможності як елементу стратегічного управління діяльністю підприємств будь-якої форми власності присвячені роботи І. Ансоффа, Дж. Блайта, Д. Джоббера, П. Дойля, Дж. Еванса, Ф. Котлера, М. Портера, А. Стрікланда, А. Томпсона та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження особливостей визначення конкурентних переваг продукції сільськогосподарських підприємств та пошук стратегічних рішень для їх покращення.

Виклад основного матеріалу. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується й аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики й фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, чи нації мають свою специфіку.

Конкуренція між суб'єктами і об'єктами ринку є однією з найважливіших характеристик ринкової економіки. Вона як засаднича характеристика ринка, чинить значний вплив на господарську діяльність підприємства регіону, примушує його прагнути до переваги над конкурентами.

Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства може бути проведена на основі аналізу його конкурентного потенціалу, який доцільно розглядати з позиції ресурсів забезпечення конкурентоспроможності. [3 с. 230]

Методично показники оцінки конкурентного потенціалу підприємства можуть бути згруповані у відповідності з наступними критеріями:

- майнового стану підприємства;
- платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- ділової активності;
- ефективності виробничої діяльності підприємства;
- ефективності організації збуту і просування товару.[5 с. 44]

Конкретні показники, що входять в вищеназвані критеріальні групи, досить докладно описуються в економічній літературі. Вибір же необхідних для розрахунку показників повинен здійснюватися виходячи з цілей оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Розрахунок вищеназваних показників - це аналітична база для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Надалі необхідно провести порівняння розрахованих показників з аналогічними показниками підприємств-конкурентів, середньогалузевими показниками, показниками оцінюваного підприємства за минулі періоди або з нормативними показниками, що характеризують еталонну (ідеальну) модель конкурентоспроможності підприємства, прийняту в залежності від цілей оцінки.[1 с. 320, 7 с. 140]

Авторами було проведено аналіз конкурентних переваг діяльності та продукції ТОВ «СК-Агро» Липоводолинського району Сумської області.

ТОВ «СК-Агро» є аграрним підприємством, яке спеціалізується на вирощуванні зернових і олійних культур, а також насінневого матеріалу.

Сьогодні ТОВ «СК-Агро» господарює не в одному, а в кількох населених пунктах - до базового виробничого підрозділу в Калінінському приєдналися відділи у Саях та Русанівці, обробляються землі також у Панасівці, Московському, Берестівці. Всього ТОВ «СК-Агро» обробляє 14,1 тис. га в Сумській та Чернігівській областях, з них 1 тис. га - для вирощування насінневого матеріалу.

ТОВ «СК-Агро» входить до Групи АГРОТРЕЙД, вертикально інтегрованої групи компаній завершеного агропромислового циклу, що забезпечує компанії ряд переваг, а саме - гарантовану наявність площ для зберігання продукції на сертифікованих елеваторах групи, можливість реалізувати продукцію безпосередньо експортеру, налагоджені канали реалізації насінневого матеріалу.

Для того, щоб визначити головні конкурентні переваги діяльності ТОВ «СК-Агро» доцільно провести SWOT – аналіз його діяльності (таблиця 1).

Слід констатувати, що SWOT – аналіз надає інформацію, яка може допомогти у використанні підприємством ресурсів та конкурентних переваг діяльності у відповідному ринковому сегменті.[4 с. 143]

Таблиця 1

SWOT – аналіз ТОВ «СК – АГРО»

<i>S (сильні сторони)</i>	<i>W (слабкі сторони)</i>
<p>Висококваліфікований персонал (+4) Цінова доступність (+4) Якісні характеристики продукції (+5) Наявність власних каналів збуту аграрної продукції (+4) Можливості збільшення виробництва аграрної продукції (+3) Наявність досвіду на даному секторі ринку в Україні (+3)</p>	<p>Відсутність маркетингового відділу (-4) Відсутність заходів спрямованих на вивчення потреб ринку (-4) Невисокий рівень рентабельності виробництва (-5) Недостатня мотивація робочого персоналу (-3) Нестабільність на ринках с/г продукції (-4) Значна технологічна відсталість аграрних підприємств (-5)</p>
Разом +23	Разом -25
<i>O (можливості)</i>	<i>T (загрози)</i>
<p>Політична підтримка аграрних підприємств (+4) Розробка правової бази для аграрного сектору (+4) Сприятливі природні умови (+3) Нові види екологічно чистої продукції (+5) Вихід на нові ринки та сегменти (+4)</p>	<p>Низький рівень конкурентоздатності вітчизняного аграрного сектору в цілому на світовому продовольчому ринку (-5) Недостатнє фінансування аграрного сектору економіки (-4) Низький рівень правової захищеності аграрних підприємств порівняно із зарубіжними країнами (-4) Податковий тиск та законодавчі обмеження (-4)</p>
Разом +20	Разом -17

Тож, звернувши увагу на співвідношення та взаємозв'язок слабких та сильних сторін із ринковими можливостями та загрозами можна розробити та впровадити нові маркетингові заходи, дія яких на практиці покращить стан даного сільськогосподарського підприємства, виведе її на новий рівень. Слід запроваджувати нові технології виробництва, формувати цілі та стратегії, виходити на нові ринки збуту та запроваджувати нові види продукції. У таблиці 2 наведено модифіковану матрицю SWOT – аналізу із можливими напрямками розвитку ТОВ «СК – АГРО».

Таблиця 2

Модифікована матриця SWOT – аналізу ТОВ «СК – АГРО»

Сильні сторони-Можливості	Сильні сторони-Загрози
<p>Наявність досвіду на даному секторі ринку в Україні допоможе отримати більшу підтримку з боку держави</p> <p>Цінова доступність та якісні характеристики продукції сприятимуть виходу на нові ринки та сегменти</p> <p>Можливості збільшення виробництва аграрної продукції допоможе в запровадженні випуску нових видів екологічно чистої продукції та забезпечить вихід на нові ринки та сегменти</p>	<p>Можливості збільшення виробництва аграрної продукції підвищить конкурентоспроможність виробництва</p> <p>Наявність досвіду на даному секторі ринку в Україні та наявність власних каналів збуту покриє недостатнє фінансування аграрної сфери за рахунок великих продажів</p>
Разом +31	Разом +1
Слабкі сторони-Можливості	Слабкі сторони-Загрози
<p>Політична підтримка аграрних підприємств покращить технічне оснащення аграрного підприємства</p> <p>Вихід на нові ринки та сегменти підвищить рентабельність виробництва та збільшить мотивацію виробничого персоналу</p> <p>Розробка правової бази для аграрного сектору зробить ринок с/г продукції більш стабільним</p>	<p>Низький рівень конкурентоздатності вітчизняного аграрного сектору в цілому на світовому продовольчому ринку збільшить нестабільність на ринках с/г продукції</p> <p>Недостатнє фінансування аграрного сектору економіки зменшить мотивацію робочого персоналу</p>
Разом -5	Разом -16

На перетинах окремих складових груп факторів формуються поля, для яких характерні певні комбінації, що їх треба враховувати надалі в ході розробки стратегій певного типу:

- поле СіМ — потребує стратегій підтримки та розвитку сильних сторін підприємства в напрямку реалізації шансів зовнішнього оточення;
- поле СіЗ — передбачення стратегій використання сильних сторін підприємства з метою пом'якшення (усунення) загроз;
- поле СлМ — розробка стратегій подолання слабкостей підприємства за рахунок можливостей, що їх надає зовнішнє середовище;
- поле СлЗ — іноді називають «кризовим полем», оскільки тут поєднуються загрози середовища зі слабкістю підприємства. З огляду на це існує нагальна потреба розробки стратегій як подолання загроз, так і усунення слабкості підприємства, що завжди є важким завданням.[2 с. 157, 6 с. 101]

На основі проведених досліджень стратегічного балансу сільськогосподарського підприємства, можна зробити висновок, що йому необхідно розробляти та покращувати стратегію розвитку для перетину полів СіМ.

Оцінка конкурентоспроможності продукції складається на дослідженні потреб покупців, вимог ринку, рівень цін на товар та його собівартості. Тому, доцільним є розглянути головні показники, що впливають на конкурентоспроможність основного виду продукції рослинництва ТОВ «СК-Агро», а саме озимої пшениці, використовуючи дані таблиці 3.

Таблиця 3

Цінові показники конкурентоспроможності озимої пшениці ТОВ «СК-Агро»

Культура	Собівартість 1 ц. грн.				Середня ціна по Липоводолинського району, за 1 ц., грн..				Фактична ціна продажу в ТОВ «СК-Агро			
	2015р.	2016р.	2017р.	2017р.до 2015р. у %	2015р.	2016р.	2017р.	2017р.до 2015р. у %	2015р.	2016р.	2017р.	2017р.до 2015р. у %
Озима пшениця	186,1	203,9	306,3	195,3	228,6	285,7	390	185,9	220	270	380,0	160,0

Дані таблиці 3 свідчать, що ринкова ціна 1 ц озимої пшениці перевищує її собівартість в господарстві: у 2015 році на 34,9 грн., у 2016 році на 67 грн., у 2017 році на 73,7 грн.

Також слід констатувати, що фактична ціна продажу готової продукції сільськогосподарського підприємства є нижчою за середню ціну по Липоводолинського району: у 2015 році на 8,6 грн., у 2016 році на 15,7 грн., у 2017 році на 10,0 грн.

Це говорить про те, що виробництво цієї продукції є ефективним і доцільно здійснювати реалізацію, але потрібно враховувати, що різниця між цими показниками постійно коливається то збільшується, то зменшується.

Співставляючи фактичні ціни продукції рослинництва за якими здійснювало продаж досліджуване підприємство і середні ціни по Липоводолинському району можна сказати, що ціни є майже однаковими.

Висновки. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції можливо забезпечити шляхом економічно-екологічного врівноваження стану розвитку продуктивних сил і використання виробничих ресурсів аграрного виробництва; удосконалення реформування відносин власності й форм господарювання; оптимізації механізму державної підтримки вітчизняного товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках; функціонувати дієвої фінансово-кредитної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. Київ: Професіонал, 2006. 448 с.
2. Бугас Н.В., Вовк Т.І., Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції сільського господарства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну, 2014. №1. С. 153-161.
3. Збарський В.К., Місевич М.А., Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств. Київ: ННЦ ІАЕ, 2009. 310 с.

4. Канінський М.П., Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на основі маркетингу. Економіка АПК, 2009. №3. С. 141—144.
5. Непочатенко О.О., Чекалюк С.А., Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств України. Економіка АПК, 2015. №7. С. 41-46
6. Прокопець Л.В., Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка, 2016. Т.21. Вип. 6. С. 99-102
7. Яців І.Б., Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: монографія. Львів: Український бестселер, 2013. 427 с.

REFERENCES:

1. Balabanova L. V., Kholod V.V. (2006) Strateghichne upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstv. [Strategic Management of Enterprise Competitiveness]. Kyjiv: Profesional (in Ukrainian)
2. Bughas N.V., Vovk T.I. (2014) Faktory vplyvu na konkurentospromozhnistj produkciji siljsjkogho ghospodarstva. [Factors of Influence on the Competitiveness of Agricultural Products]. Visnyk Kyjivsjkogho nacionaljnogho universytetu tekhnologhij ta dyzajnu, no.1, pp. 153-161
3. Zbarsjkyj V.K., Misevych M.A. (2009) Konkurentospromozhnistj vysokotovarnykh siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv. [Competitiveness of high-value agricultural enterprises]. Kyjiv: NNC IAE (in Ukrainian)
4. Kaninsjkyj M. P. (2009) Pidvyshhennja konkurentospromozhnosti siljsjkoghospodarsjkoji produkciji na osnovi marketynghu. [Increasing the Competitiveness of Agricultural Products on the Basis of Marketin]. Ekonomika APK, no. 3, pp. 141—144
5. Nepochatenko O.O., Chekaljuk S.A. (2015) Konkurentospromozhnistj siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv Ukrajinu. [Competitiveness of Agricultural Enterprises of Ukraine]. Ekonomika APK, no. 7, pp. 41-46

6. Prokopecj L.V. (2016) Pidvyshhennja konkurentospromozhnosti siljskoghospodarsjkykh pidpryjemstv. [Improving the Competitiveness of Agricultural Enterprises]. Visnyk Odesjkogho nacionaljnogho universytetu. Serija Ekonomika, vol. 21, no.6, pp. 99-102
7. Jaciv I.B. (2013) Konkurentospromozhnistj siljskoghospodarsjkykh pidpryjemstv. [Competitiveness of Agricultural Enterprises]. Ljviv: Ukrajinsjkyj bestseller (in Ukrainian)

Shumkova Olena Volodumirivna,

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Statistics, AGD and Marketing,

Sumy National Agrarian University

Kornienko Yaroslava Stanislavivna,

undergraduate,

Sumy National Agrarian University

FEATURES OF DETERMINATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF PRODUCTS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

At the present stage of development of the agricultural complex of Ukraine one of the promising areas is to produce competitive products of the agricultural enterprises. It is important to notice, that the national task is to justify measures to stabilize and increase the efficiency of production of such kind of products of the agricultural enterprises. The main importance is given to the growth of indicators of regional agricultural production and their level of competitiveness. There are many unsolved problems in the regional agricultural complex. They are the result of insufficient consistency in reforming of the agricultural complex.

The purpose of the article is to study the peculiarities of determining the competitive advantages of agricultural enterprises and search of strategic solutions for their improvement. In the article the authors consider the issues of determining and researching the competitive advantages of agricultural enterprises.

The concept of competitiveness is interpreted and analyzed depending on the economic object being considered. Certainly, the criteria, characteristics and factors of the dynamics of competitiveness at the level of goods, firms, corporations, industry, national economy, or nation have their own specifics.

It is determined that the assessment of the competitiveness of an agricultural enterprise and its products can be carried out on the basis of an analysis of its

competitive potential, which should be considered from the standpoint of resources for ensuring competitiveness.

An assessment of the competitiveness of an agricultural enterprise can be carried out on the basis of an analysis of its competitive potential, which should be considered from the point of view of the resources of ensuring competitiveness.

Methodically, indicators of assessing the competitive potential of an enterprise can be grouped according to the following criteria: the property status of the enterprise; solvency and financial stability of the enterprise; business activity; efficiency of production activity of the enterprise; the effectiveness of the organization of sales and promotion of goods.

The authors investigated the main competitive advantages of an agricultural enterprise by using SWOT-analysis. By focusing on the relationship of strengths and weaknesses with market opportunities and marketing threats, it is possible to develop and implement new marketing measures, which in practice will improve the state of this agricultural enterprise and bring it to a new level. It is necessary to introduce new production technologies, to formulate goals and strategies, to enter new markets and introduce new types of products.

The assessment of the competitiveness of products consists in researching the needs of customers, market requirements, the level of prices for goods and its cost. Therefore, the authors considered the main indicators that influence the competitiveness of the main type of crop production, first of all winter wheat.

Also, the authors, on the basis of the analysis, suggested strategic directions of enterprise development.

Increasing the competitiveness of agricultural products can be ensured through the economic and ecological balance of the development of productive forces and the use of productive resources of agricultural production; improvement of the reform of property relations and forms of management; optimization of the mechanism of state support of the domestic commodity producer on the domestic and foreign markets; providing effective financial and credit policy.