

УДК 330.36

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АПК: ПОНЯТТЯ, МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ

Герасименко Ю.В., Сімоник Л.С.

Вінницький національний аграрний університет

У статті розглянуто сутність поняття «конкуренція» та її значення для підприємств аграрної сфери виробництва. Розглянуті проблеми конкурентоспроможності підприємств, які безпосередньо впливають на їх розвиток. Наведено систему показників оцінки конкурентоспроможності підприємств та методи до її розрахунків. Зазначено необхідність оцінки конкурентоспроможності. Вплив конкурентоспроможності на подальший процес діяльності, і розвиток загалом, для підприємств аграрної сфери виробництва.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємств, конкурентні переваги, стратегічний розвиток, конкурентоспроможна продукція.

Постановка проблеми. Головним завданням аграрного сектору економіки є забезпечення продовольчої безпеки держави, що можливо досягти лише за умови розвитку конкурентоспроможності конкурентних переваг продовольчих товарів як на регіональному, так і на державному рівнях. За сучасних умов господарювання управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств посідає одне із провідних місць в економічному аналізі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери виробництва розкриті в роботах зарубіжних учених М. Портер, П. Самуельсона, А. Сміта, К.Р. Макконнелла, С.Л. Брю, Р. Уотермана, Й. Шумпетера та ін. Вагомий внесок у дослідження питань конкурентоспроможності вітчизняних підприємств зробили вітчизняні вчені: А. Бидик, М.С. Вітков, О. Копистко, В. Лихопій, М. Малік, Л. Романенко, А. Румянцева, Б. Супіханов, І. Черевань.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте не зважаючи на безліч публікацій і досліджень в даній сфері, питання розвитку бізнесу в Україні і надалі потребує вивчення і дослідження.

Мета статті. Обґрунтувати доцільність управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та надання рекомендацій щодо покращення їх конкурентних позицій на ринку.

Виклад основного матеріалу. Метою діяльності будь-якого підприємства є розширення ринку збуту з метою максимізації прибутку. Це і є об'єктивною причиною виникнення конкуренції, бо на даний час велика кількість підприємств, а особливо аграрних, виробляють ідентичні товари та послуги і між ними неодмінно виникає боротьба за певний сегмент того чи іншого ринку.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» містить таке трактування конкуренції: «Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

Конкуренція (від лат. Concurrere – зіштовхуюсь) – це економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. Без конкуренції ринкові відносини практично неможливі [1, с. 205]. Велика кількість інтерпретацій поняття конкуренції, відображають її сутність та закони, за якими вона реалізується в нинішніх умовах господарювання. У таблиці 1 наведено погляди різних вчених стосовно визначення поняття "конкуренція".

Таблиця 1

Погляди різних вчених стосовно поняття «конкуренція»

Автор	Зміст поняття
Г.Л. Азоев	Конкуренція – це суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети.
М.О. Ажнюк, О.С. Передрій	Конкуренція – це економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. Без конкуренції ринкові відносини практично неможливі.
Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко	Конкуренція є економічним змаганням виробників однакової продукції на ринку, спрямованим на залучення якомога більшої кількості споживачів, завдяки цьому одержання максимальної вигоди.
Б. Карлоф	Конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства.
К.Р. Макконелл, С.Р. Брю	Конкуренція – наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього.
М. Портер	Конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти.

Джерело: [1]

У сучасній науці конкуренція розглядається з погляду функцій, які вона виконує, передусім регулювання – для перемоги в конкурентній боротьбі підприємця, який виробляє продукцію, і якій, у свою чергу, віддає перевагу споживач.

Друга функція – мотивація, коли прибуток отримує той, хто виготовляє більш якісну продукцію з меншими витратами.

Третя функція – контроль, коли конкуренція контролює та обмежує економічну потужність окремих підприємств.

На сільське господарство впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори, зокрема природні умови, розташування поблизу ринків збуту, розвиненість інфраструктури, спеціалізація, наявність необхідних ресурсів.

Конкурентоспроможність аграрного підприємства характеризується такими показниками, як прибуток, рентабельність, платоспроможність.

Проблема конкурентоспроможності є глобальною і впливає на багато аспектів як економічної, так і соціальної політики держави, з одного боку, а з іншого, пов'язана з інтересами усіх громадян як споживачів товарів.

За визначенням Азоєва Г., конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством.

Найважливішим складовим елементом конкурентоспроможності є якість продукції, проте це не ідентичні поняття. Параметри якості визначаються, як правило, з інтересів і реальних можливостей виробника, а параметри конкурентоспроможності – з інтересів і можливостей споживача.

В економічних дослідженнях поняття «механізм» переважно тлумачать як сукупність організаційних структур, конкретних важелів, інструментів і методів управління, а також регламентів та принципів, за допомогою яких реалізуються економічні закони та досягаються управлінські завдання.

Таким чином, механізм управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно визначити як сукупність взаємопов'язаних організаційних та економічних важелів й інструментів, які впливають на генерування цінностей і примноження конкурентних переваг задля забезпечення успішного функціонування та розвитку підприємства. Саме тому механізм управління конкурентоспроможністю підприємства слід будувати так, щоб основні його елементи в результаті формували цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких має сприяти результативному здійсненню управлінських рішень у даній сфері діяльності [10, с. 159].

Відповідно, побудова механізму управління конкурентоспроможністю підприємства має відповідати таким принципам:

- адаптивності, сутність якого полягає в здатності системи управління конкурентними перевагами ефективно виконувати свої функції та досягати поставлених перед нею завдань в умов змін внутрішнього та зовнішнього середовища організації;

- урахування дії законів організації структур і процесів, що становить неодмінну умову здійснення якісного управління;

- інтеграції, що передбачає погодженість між цілями і завданнями, які ставляться перед підприємством як у довгостроковому, так і в короткостроковому періодах, а також забезпечуваніми конкурентними перевагами;

- дотримання вимог сукупності наукових підходів до управління;

- гнучкості – можливість зміни системи забезпечення конкурентних переваг підприємства в результаті накопичення інформації, модернізації технології або коректування стратегії діяльності організації;

- клієнтоорієнтованості та орієнтації на конкретні ринки і потреби;

- використання сучасних методів аналізу, планування, прогнозування та оптимізації;

- системності та комплексності, який полягає у розробленні та виконанні цілого комплексу заходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства;

- використання новітніх комунікацій та технологій;

- генерування цінності для споживачів;

- урахування дії економічних законів конкуренції;

- динамічності, забезпечення конкурентних переваг, аналіз та оцінка результатів проведеної роботи повинні мати динамічний характер, що диктується безперервним розвитком ринку та постійною зміною ринкових умов та кон'юнктури;

- забезпечення адекватності та гнучкості механізму завдяки своєчасному врахуванню змін конкурентного середовища та внутрішньому коригуванню;

- примноження компетентностей підприємства та нарощення прибутків;

- інноваційності, який полягає у тому, що для досягнення довгострокового лідерства на ринку необхідним є впровадження інноваційних моделей менеджменту, використання нестандартних управлінських рішень;

- урахування чинників конкурентного середовища та особливостей забезпечення конкурентоспроможності певної галузі [10, с. 159].

Оцінюючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, можна вирішити низку завдань, серед яких: визначити рівень конкурентоспроможності у конкретний момент часу, простежити тенденції зміни конкурентоспроможності за досліджуваній період, виявити «вузькі» місця та резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні не існує однозначних підходів до методології дослідження конкурентоспроможності підприємства та складу показників у межах відповідних методів її оцінювання.

Кількісні методи оцінювання конкурентоспроможності пов'язані здебільшого з розрахунком відносних величин (індексів, коефіцієнтів), що визначають рівень ключових показників за окремими аспектами конкурентоспроможності (сферами діяльності), і їхнім подальшим об'єднанням у групові та інтегральні показники [2, с. 113].

Якісні методи оцінювання переважно мають низький ступінь математичної формалізації і пов'язані з експертними оцінками.

Матричні методи передбачають використання матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів.

Індексні методи – це розрахункові, кількісні методи, пов'язані з визначенням одиничних індексів (коефіцієнтів) за ключовими показниками й аспектами діяльності організації та їх зведенням до інтегрального показника.

Графічні методи використовують у побудові багатокутника конкурентоспроможності або радіальної діаграми. Їхніми перевагами є простота та наочність. Однак графічний метод не враховує різну вагу факторів конкурентоспроможності і не дає змоги визначити рівень узагальненого критерію конкурентоспроможності, а застосування великої кількості характеристик може нівелювати його наочність.

Для досягнення довготривалого успіху робота по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та за всіма аспектами його діяльності. Звідси випливає, що ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:

- виробничий – ключове значення мають номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;

- маркетинговий – ключове значення мають дослідження й прогнозування ринку, система просування та збуту товару, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача;

- фінансовий – ключове значення мають ступінь ліквідності, активність, доходність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства;

- інноваційний – ключове значення мають здійснення науково-дослідних та досвідно-конструкторських робіт (НДДКР) власними силами, використання запозичених результатів НДДКР, ступінь оновлення продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій;

- кадровий та організаційно-культурний – ключове значення мають кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури;

- управлінський – ключове значення мають тип організаційної структури управління (ОСУ), гнучкість та раціональність ОСУ, стиль та методи управління, адаптаційні можливості, гнучкість та гомеостатичність підприємства [6, с. 338].

Для поліпшення конкурентного статусу підприємства слід реалізувати наступні дії:

1. Використовувати всі можливі канали зв'язку, щоб забезпечити споживачеві оперативний контакт з підприємством.

2. Систематично проводити облік прихильності і задоволеності споживача.

3. Сформувати систему заохочення службовців до підвищення якості діяльності.

4. Розробити гнучку і динамічну програму збуту, яка утримуватиме постійних клієнтів і привертатиме нових.

5. Проводити рекламні кампанії з метою формування позитивного іміджу підприємства з урахуванням потреб клієнтів.

6. Формувати високу ділову репутацію підприємства шляхом забезпечення строгого виконання договірних зобов'язань.

7. Періодично ознайомлювати персонал з майбутніми планами керівництва з метою підвищення рівня інформаційної відвертості керівництва.

8. Розвивати мережі інфраструктури підприємства для задоволення зростаючих запитів клієнтів і збільшення доходу.

Реалізація такого комплексного підходу на підприємстві дозволить не просто задіяти внутрішні ресурси підприємства, а також перебудувати всю систему управління і створити умови для нарощування конкурентних позицій у ринковому середовищі.

Висновки і пропозиції. Конкуренція є важливим елементом сучасної економіки. Формування та підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств належить до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. Конкуренція на ринку спонукає товаровиробників покращувати процеси виробництва, ефективніше використовувати ресурси, прискорює науково технічний прогрес, дозволяє найповніше задовольнити потреби споживачів і сприяє загальному зростанню добробуту нації.

Для успішного функціонування будь-якого підприємства на ринку необхідно регулярно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності. Така оцінка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити його приховані потенційні можливості і, відповідно до цього, максимального удосконалити його стратегію функціонування.

Список літератури:

1. Ажнюк М.О. Основи економічної теорії: навч. посіб. / М.О. Ажнюк, О.С. Передрій. – К.: Знання, 2008. – 368 с.
2. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства / А.В. Кваско // Наукові записки. – Вип. 1(54). – 2017. – С. 111-118.
3. Крючкова Ж.В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоздатності аграрних підприємств / Ж.В. Крючкова // Агросвіт. – № 17. – 2016. – С. 23-30.
4. Крючкова Ж.В. Сутність конкуренції і конкурентоспроможності аграрних підприємств як економічних категорій / Ж.В. Крючкова // Інвестиції: практика та досвід. – № 12. – 2016. – С. 49-53.
5. Кучкова К.О. Конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах господарювання / К.О. Кучкова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – № 1. – 2018. – С. 1-7.
6. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
7. Непочатенко О.О. Аналіз конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств / О.О. Непочатенко // Економіка АПК. – № 5. – 2016. – С. 43-51.
8. Обозна В.В. Цінова політика в системі управління збутовою діяльністю на підприємстві / В.В. Обозна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – № 1-2(07). – 2017. – С. 7-12.
9. Пермінова С.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку / С.О. Пермінова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – № 1. – 2018.
10. Халімон Т.М. Принципи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємств / Т.М. Халімов // Науковий вісник. – № 1. – 2017. – С. 158-161.

Герасименко Ю.В., Симоник Л.С.

Винницький національний аграрний університет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК: ПОНЯТИЕ, МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Аннотация

В статье рассмотрена сущность понятия «конкуренция» и ее значение для предприятий аграрной сферы производства. Рассмотрены проблемы конкурентоспособности предприятий, которые непосредственно влияют на их развитие. Приведена система показателей оценки конкурентоспособности предприятий и методы ее расчетов. Указана необходимость оценки конкурентоспособности. Влияние конкурентоспособности на дальнейший процесс деятельности, и развитие в целом, для предприятий аграрной сферы производства.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятий, конкурентные преимущества, стратегическое развитие, конкурентоспособная продукция.

Gerasimenko Y.V., Simonik L.S.

Vinnitsia National Agrarian University

COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL COMPANIES: CONCEPT, MECHANISM OF MANAGEMENT AND EVALUATION METHODS

Summary

In the article the essence of the concept of "competition" and its importance for enterprises of the agrarian sphere of production are considered. The problems of competitiveness of enterprises that directly influence their development are considered. The system of indicators of enterprise competitiveness assessment and methods for its calculations are presented. The need for competitiveness assessment is indicated. Influence of competitiveness on the further process of activity, and development in general, for enterprises of the agrarian sphere of production.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, competitive advantage, strategic development, competitive products.