

УДК 005.332.4

Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств олійно-жирового комплексу в умовах невизначеності зовнішнього середовища

Терлецька Ю.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування
Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича

Бачинська Ю.О.

магістр
Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича

Марчук В.І.

магістр
Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича

У статті досліджено чинники забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної олійно-жирової галузі; проведено аналіз показників, які визначають рівень конкурентоспроможності продукції, а також обґрунтовано шляхи підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання асоціації «Укроліяпром» в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Ключові слова: конкурентне середовище, конкурентні переваги, діагностування конкурентоспроможності, рівень конкурентоспроможності продукції, конкурентоспроможність підприємства.

Terletska Yu.O., Bachynska Yu.O., Marchuk V.I. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАСЛО-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

В статье исследованы факторы обеспечения конкурентоспособности отечественной масло-жировой отрасли; проведен анализ показателей, определяющих уровень конкурентоспособности продукции, а также обоснованы пути повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов ассоциации «Укролияпром» в условиях неопределенности внешней среды.

Ключевые слова: конкурентная среда, конкурентные преимущества, диагностирование конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности продукции, конкурентоспособность предприятия.

Terletska Yu.O., Bachynska Yu.O., Marchuk V.I. WAYS TO IMPROVE COMPETITIVENESS ENTERPRISES OF THE OIL-FAT COMPLEX IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT

In the article factors of the competitiveness of the domestic oil and fat industry are investigated; the analysis of indicators that determine the level of competitiveness of products is carried out, and also ways of increase in competitiveness of subjects of managing of «Ukroliaprom» association in the conditions of uncertainty of the external environment are proved.

Keywords: competitive environment, competitive advantages, diagnosis of competitiveness, the level of competitiveness of products, competitiveness of the enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання має місце тенденція підвищення ролі стратегічної поведінки, яка дає можливість підприємствам виживати у конкурентній боротьбі. Однією з основних проблем, від якої залежить їхня прибутковість, є підвищення рівня конкурентоспроможності продукції та суб'єкта господарювання в цілому. Саме вказаний показник є основною умовою успішної конкуренції підприємства на ринку в умовах турбулентного зовнішнього середовища. Динамічні зміни умов функціонування підприємств у конку-

рентному середовищі, зростаюча диференціація потреб та зміна уподобань споживачів, інтернаціоналізація бізнесу, розвиток інформаційних мереж, доступність сучасних технологій, а також низка інших чинників призвели до суттєвого підвищення значення діагностування конкурентоспроможності суб'єкта господарювання як чинника його сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У галузі стратегічного управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання наявні плідні здобутки зарубіжних вчених: А. Бранденбургера, Е. Дихтля, С. Дібба,

Р. Джейя, Дж. Еткінсона, Ж. Ламбена, Г. Мінцберга, Б. Нейлбаффа, М. Портера, К. Прахалада, А. Томпсона, А. Стрікланда, М. Уорда, Г. Хамела. Серед вітчизняних учених, наукові дослідження яких присвячені вказаній проблемі, насамперед, слід відзначити Л. Балабанову, І. Должанського, І. Ігнатієву, Г. Кіндрацьку, П. Клівця, Г. Осовську, В. Пономаренка, К. Редченко, Г. Селезньову, В. Сладкевича, В. Холод, З. Шершньову та багатьох інших науковців.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Конкурентна ситуація, в якій сьогодні доводиться здійснювати виробничо-господарську діяльність вітчизняним підприємствам олійно-жирової галузі промисловості є доволі нестабільною, хиткою, непрогнозованою і абсолютно не позбавленою впливу несприятливих зовнішніх чинників. З огляду на викладене вище, суб'єкт господарювання постає абсолютно незахищеним у конкурентному просторі. Відсутність досконалих методів державного регулювання та сприятливої політики протекціонізму поглиблює і без того доволі складну ситуацію. В таких умовах підприємству доводиться розраховувати лише на себе, залучивши до своєї діяльності досвідчених спеціалістів, здатних моделювати варіативний розвиток суб'єкта господарювання в конкурентному середовищі та прогнозувати наслідки ухвалених управлінських рішень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в обґрунтуванні напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах циклічного коливання економічної кон'юнктури, пов'язаної з дією важко прогнозованих чинників зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність означає здатність досягати найкращих результатів у будь-якій справі, властивість конкретного суб'єкта господарювання краще за інших задовольняти потреби споживачів. У економічній науці конкурентоспроможність означає відповідність вимогам ринку, адекватність потребам споживачів, здатність конкурувати на всіх рівнях економічного життя: продукції, підприємства, регіону, національної економіки [1; 2; 4].

У процесі підвищення конкурентоспроможності продукції слід виходити з того, що вона оцінюється шляхом порівняння двох чи більше аналогів; при її оцінці враховуються не всі властивості, а лише ті, які викликають

інтерес у споживача, задовольняючи його потреби. Необхідно враховувати також те, що на конкурентоспроможність продукції впливають чинники макро- та мікрорівнів, які умовно поділяють на внутрішньопідприємницькі та зовнішньопідприємницькі чинники [2].

Оцінка конкурентоспроможності суб'єкта господарювання є складним багатофакторним завданням, зміст якого можна звести до виявлення найбільш важливих показників конкурентоспроможності та їхнього інтегрування. У сучасних умовах в Україні загальноживотної методики оцінки конкурентоспроможності підприємств не існує. Зарубіжний досвід вирішення вказаної проблеми не одержав належного висвітлення у фаховій літературі. Кожна компанія оцінює свою конкурентну позицію за власною методикою, а зміст та ефективність її застосування особливо не афішує.

Вітчизняний олійно-жировий комплекс – один з небагатьох сегментів економіки, який навіть в умовах поглиблення соціально-економічної кризи зумів не лише вистояти, але й зайняти провідні позиції на світовому ринку. Згідно з оцінками асоціації «Укроліяпром», у 2016 році питома вага експорту олійно-жирової продукції в загальному експорті товарів з України склала 13%, в експорті продукції АПК – 30%, в експорті продукції харчової промисловості – 70%. До найважливіших чинників, які сприяли прискореному розвитку галузі, насамперед, слід віднести наступне:

- збільшення зовнішнього попиту споживання соняшникової олії на основі щорічного зростання чисельності населення світу (від 1,1% до 1,5%);
- тенденція переважання здорового способу харчування українців шляхом зменшення споживання тваринних жирів та збільшення споживання рослинної олії;
- стійка тенденція до зростання технічного використання продуктів переробки олійних культур;
- підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що дало можливість відміни 2% мита на українську соняшникову олію, внаслідок чого вітчизняна продукція стала конкурентоспроможнішою та доступнішою порівняно з продукцією закордонних товаровиробників.

Потужності з переробки насіння олійних культур у 2017 році, за прогнозами, перевищать 18 млн. тонн, що дає змогу переробляти весь вирощений урожай. Однак, ще станом на 1 січня 2015 року мав місце диспаритет між наявними переробними

потужностями, які на той час становили 15,232 млн. т переробки насіння олійних культур на рік, і сировинною базою, яка з урожайністю соняшника на рівні 19-20 ц/га становила 10-11 млн. т в рік. Тобто наявна нестача сировини майже у 5 млн. т на рік змушує підприємства олійно-жирової галузі простоювати, що негативно позначається на економічних показниках їхньої виробничо-господарської діяльності [6].

Незважаючи на те, що за останні роки значно зросли потужності з переробки ріпаку та сої (на 2 млн. та 3,5 млн. тонн на рік відповідно), завантаженість вітчизняних потужностей з переробки вказаних культур не перевищує 30%. Цей факт викликає занепокоєння та потребує, на думку експертів, більш виважених заходів експортної політики щодо олійної сировини. В Україні діє мито лише на соняшник та льон у розмірі 10%, на інші олійні культури воно відсутнє. У сучасних умовах основні конкуренти України на ринку насіння олійних культур займають протилежну позицію відносно експортного мита. Наприклад, уряд Аргентини у 2013 році збільшив експортне мито на насіння олійних культур з 32% до 39%, в Росії воно становить 9,88%, але не менше 14,81 євро за тонну. З огляду на викладене вище, Україна також повинна дбати про захист внутрішнього ринку сировини для переробних підприємств. З цією метою введення експортного мита на сою та ріпак, а також збільшення експортного мита на насіння соняшника сприятимуть ефективнішому використанню сировини та більш повному завантаженню створених виробничих потужностей.

Особливості діагностування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств олійно-жирового комплексу розглянемо на прикладі Приватного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат», яке входить до складу виробничого комплексу промислової групи «Віойл».

Основними конкурентами-товаровиробниками, продукція яких представлена у торговельній мережі Чернівців та Чернівецької області є такі підприємства: «Чумак» (м. Каховка), «Стожар» (ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ», смт. Приколотне, Харківська обл.), «Щедрий дар» (ПАТ «Полтавський ОЕЗ» – КЕРНЕЛ ГРУП), «Суперово» (ТОВ «АВІС», м. Вінниця), «Майола» (ПП «Оліяр», с. Ставчани, Львівська обл.), «Олейна» (ПРАТ «Дніпропетровський ОЕЗ», м. Дніпро), «GARNA» (ТДВ «Укроліяпродукт», м. Зіньків, Полтавська

обл.), «Золота» (ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ», смт. Приколотне, Харківська обл.).

Економічні наслідки виробничо-господарської діяльності ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» за 2014-2016 роки свідчать про те, що чистий дохід (виручка) від реалізації продукції у 2016 році знизився порівняно з 2015 роком на 9,99% і складає у поточному році 166965 тис. грн. Це пояснюється, насамперед, суттєвим зростанням усіх статей витрат на виробництво та реалізацію продукції за досліджуваний період. Так, наприклад, собівартість реалізованої продукції у 2016 році зросла на 8,52% і складає 166206 тис. грн., матеріальні витрати збільшилися на 13,69% (26559 тис. грн); витрати на оплату праці зросли на 2,84% і становлять, відповідно, 32716 тис. грн.; адміністративні витрати зросли на 26,67%, і складають 15660 тис. грн.; витрати на збут у 2016 році збільшилися на 20,49% (9524 тис. грн) порівняно з 2015 роком [7].

Важливим завданням ефективного функціонування Приватного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат» на ринку є визначення конкурентоспроможності його продукції. Конкурентоспроможність продукції є вагомим критерієм доцільності виходу підприємства на ринок, умовою ефективного здійснення господарських операцій і складовою вибору засобів та методів проведення виробничої діяльності. Забезпечення високої конкурентоспроможності продукції є запорукою комерційного успіху підприємства.

Конкурентоспроможність продукції ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» характеризують показники попиту на неї, а економічний ефект визначається величиною отриманого прибутку від реалізації продукції на ринку. Крім того, рівень конкурентоспроможності продукції досліджуваного суб'єкта господарювання визначають такі економічні показники, як:

- динаміка продажу продукції у вартісному та натуральному виразі;
- рентабельність реалізації продукції на ринку;
- відношення обсягів реалізованої продукції до вартості матеріально-виробничих запасів;
- відношення обсягів реалізованої продукції до обсягів нереалізованої продукції;
- відношення обсягів реалізованої продукції до дебіторської заборгованості;
- кількість замовлень на виготовлення продукції, обсяг яких характеризує рівень попиту на неї;

- завантаження виробничих потужностей виготовлення продукції;
- обсяги та напрями капіталовкладень.

Проведена діагностика конкурентоспроможності продукції ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» свідчить про те, що динаміка продажу продукції досліджуваного підприємства має тенденцію до зниження (на 18521 тис. грн. у 2016 році порівняно з 2015 роком); рентабельність реалізації продукції вказує на зниження конкурентоспроможності продукції ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» на 20,64 %. Показник відношення обсягів реалізованої продукції до вартості матеріально-виробничих запасів має тенденцію до зниження у 2016 році на 1,77. Це свідчить про уповільнення оборотності запасів через зниження попиту на продукцію. Відношення обсягів реалізованої продукції до обсягів нереалізованої продукції ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» демонструє зниження його значення, а це означає скорочення попиту на продукцію підприємства. Відношення обсягів реалізованої продукції до дебіторської заборгованості протягом 2015-2016 років скоротилось на 24,4, що підтверджує зниження попиту на продукцію, а також зростання розміру кредиту досліджуваного підприємства та його дебіторської заборгованості. Завантаження виробничих потужностей ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» складало у 2016 році 94,1% порівняно з 95,2 % у 2015 році. Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги досліджуваного суб'єкта господарювання зросла у 2016 році на 5410 тис. грн. і складає 6686 тис. грн. [7].

Проведений аналіз конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства безпосередньо впливає на його загальну конкурентоспроможність. Викладене вище стало підставою для визначення конкурентоспроможності Публічного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат». Оскільки Публічне акціонерне товариство «Чернівецький олійно-жировий комбінат» входить до виробничого комплексу промислової групи «Віойл» разом із Вінницьким олійно-жировим комбінатом, то в якості базових показників застосовано та порівняно його показники. Проведені розрахунки свідчать про те, що загальний показник конкурентоспроможності ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» має нижче значення (9,90) порівняно з показником конкурентоспроможності ПАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат» (11,63).

Діагностика конкурентоспроможності досліджуваного суб'єкта господарювання є склад-

ним багатофакторним завданням, що зводиться до виявлення найбільш важливих його показників. У сучасних умовах в Україні єдиної методики оцінювання конкурентоспроможності підприємств та продукції, що виготовляється ними, не існує. Тому, кожне підприємство, в тому числі і Приватне акціонерне товариство «Чернівецький олійно-жировий комбінат», оцінює власну конкурентну позицію за власною специфічною методикою. Досліджуваний суб'єкт господарювання на нинішньому етапі свого розвитку застосовує стратегію низьких витрат. Вона базується на зменшенні витрат на виробництво продукції порівняно з товаровиробниками-конкурентами олійно-жирової галузі.

За результатами проведеного SWOT-аналізу встановлено, що досліджуване підприємство має ряд сильних сторін і можливостей на олійно-жировому ринку, які дозволили запропонувати конкретні стратегічні заходи з потенціювання зазначених сторін і можливостей за умови врахування і обмеження впливу слабких сторін і загроз, що забезпечить ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» конкурентні переваги. До них, на нашу думку, слід віднести наступне: великий досвід роботи у олійно-жировій галузі (підприємство працює з 1928 року); сильну позицію у специфічних ринкових сегментах; добре вивчений ринок, потреби покупців; випуск високоякісної продукції внаслідок посиленого контролю за якістю сировини і готової продукції (застосовується система HACCP); власну інфраструктуру збутової мережі; постійні обсяги переробки незалежно від сезону; досконалу систему стимулювання праці та соціальних гарантій; специфічну технологію виробничого процесу, що дозволяє виготовляти олію навіть із низькоолійних культур.

Одним з дієвих напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції досліджуваного суб'єкта господарювання є проект його реконструкції. Промислова група ViOil підготувала проект масштабної реконструкції ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат», в результаті якої підприємство зможе переробляти всі види олійних культур: соняшник, сою, ріпак та льон. Така диверсифікація дозволить рівномірно завантажувати потужності досліджуваного підприємства протягом всього року. Після реконструкції на першому майданчику ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» за добу зможе переробляти 1,8 тис. тонн насіння соняшнику або 1,35 тис. тонн ріпаку, або 700 тонн льону. На другому майданчику

планується переробляти 1,6 тис. тонн сої на добу. Сьогодні потужності підприємства складають 460 тонн насіння соняшнику на добу. ViOil також запланував реконструкцію логістичної інфраструктури підприємства. Йдеться про збільшення потужностей з приймання сировини, будівництво нових складів для її зберігання, а також елеватора для зберігання шроту, встановлення нових баків для зберігання рослинної олії, оновлення парогенеруючого комплексу та інженерних технологічних мереж. Високоякісне насіння соняшнику, сої та ріпаку забезпечать компанії високий вихід готової продукції, а близькість кордону з Євросоюзом дозволить активно експортувати олію та шрот без зайвих витрат на логістику [7].

Висновки з цього дослідження. Проблема підвищення конкурентоспроможності має декілька аспектів: технічний, організаційний, економічний, соціальний, психологічний, юридичний (правовий), комерційний. І хоча всі вони утворюють єдину систему забезпечення конкурентоспроможності, існує черговість у вирішенні завдань кожного з аспектів з урахуванням їхньої вагомості. Саме вона формує напрями підвищення конкурентоспроможності продукції як підприємств асоціації «Укроліяпром», так і Приватного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат», зокрема. До них, насамперед, слід віднести:

- цінову політику підприємств щодо забезпечення високої конкурентоспроможності продукції на ринку;
- інвестиційну політику суб'єктів господарювання щодо випуску конкурентоспроможної продукції;

- оподаткування підприємств, що виготовляють та реалізують конкурентоспроможну продукцію;
- кредитну політику держави і банківських структур щодо підприємств, які випускають конкурентоспроможну експортну продукцію;
- регулювання фінансового обліку;
- регулювання імпорту продукції;
- антимонопольну політику.

Потенційними чинниками конкурентного успіху Приватного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат» на ринку, не зважаючи на скрутне становище за підсумками його виробничо-господарської діяльності протягом 2016-2017 років, можуть стати такі чинники:

- можливість впровадження нових технологій у виробничо-господарську діяльність підприємства;
- спроможність досліджуваного підприємства до розробки нових видів продукції та модернізації існуючих;
- ефективність виробництва продукції з низькими витратами внаслідок застосування підприємством стратегії низьких витрат;
- можливість впровадження управлінських ноу-хау;
- наявність кваліфікованої робочої сили;
- гнучкість виробництва;
- стабільні стосунки між працівниками підприємства (чисельність персоналу ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» не змінювалась протягом 2016-2017 років);
- сприятливий імідж (позитивна репутація досліджуваного суб'єкта господарювання у покупців).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Величко Є.І. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» / Є.І. Величко // Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 2. – С. 221-227.
2. Детермінанти конкурентоспроможності соціально-економічних систем: монографія [за заг. ред. проф. Галушки З.І.] – Чернівці: ЧНУ, 2015. – 304 с.
3. Іванова М.І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності / М. І. Іванова, О. Е. Маркус // Економічний простір. – 2011. – № 48/2. – С. 189-196.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
5. Маслак О.І. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації / О.І. Маслак, Л.А. Квятковська, П.К. Кулінічев // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 3 (3). – С. 57-61.
6. Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukroilprom.org.ua>
7. Публічна статистична звітність ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат».
8. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

REFERENCES:

1. Velychko Ye.I. (2015). Modern approaches to understanding the essence of the concept of «enterprise competitiveness». Visnyk KhNAU. Seriya: Ekonomichni nauky. [Bulletin KhAU. Series: Economic Sciences], vol. 2, pp. 221-227. (in Ukr.).
2. Halushka Z.I. (2015). Determinanty konkurentospromozhnosti sotsial'no-ekonomichnykh system. [Determinants of competitiveness of social and economic systems]. ChNU, Chernivtsu, 304 p. (in Ukr.).
3. Ivanova M. I., Markus O. E. (2011). Comparative characteristic of evaluation methods of competitiveness. Ekonomichnyy prostir. [Economic space], vol. 48/2, pp. 189-196. (in Ukr.).
4. Yankovyy O.H. (2013). Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: otsinka rivnya ta napryamy pidvyshchennya. [Business competitiveness: assessment of level and direction of increase]. Atlant, Odessa, 470p. (in Ukr.).
5. Maslak O.I., Kvyatkovs'ka L.A., Kulinichev P.K. (2014). Competition: its essence and features in the conditions of globalization. Tekhnolohycheskyy audyt y rezervi proyzvodstva. [Technological audit and production reserves], vol. 3 (3), pp. 57-61. (in Ukr.).
6. Ofitsiyyny sayt asotsiatsiyi «Ukroliyprom». [The official site of the «Ukroliyprom» Association]. Electronic resource, Access mode: <http://www.ukroilprom.org.ua> (in Ukr.).
7. Publichna statystychna zvitnist' PAT «Chernivets'kyi oliyno-zhyrovyy kombinat». [Public statistical report of PJSC «Chernivec'kiy oliyno-zhiroviy kombinat»] (in Ukr.).
8. Tarnavs'ka N.P. (2008). Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv: teoriya, metodolohiya, praktyka. [Management of competitiveness of the entities: theory, methodology, practice]. Ekonomichna dumka, Ternopil, 570p. (in Ukr.).