

Конкурентні переваги підприємств по вирощуванню круп'яних культур

Нісходовська Олена Юріївна

кандидат економічних наук,
асистент кафедри

економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Подільського державного аграрно-технічного університету

Марусей Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри інформаційних технологій

Подільського державного аграрно-технічного університету

Niskhodovska Olena, Marusei Tetiana

State Agrarian and Engineering University in Podilya

Конкуренція нерозривно пов'язана з конкурентними перевагами підприємства, які формують його конкурентоспроможність та спонукають до розроблення конкурентної стратегії. Отже, поняття «конкуренція», «конкурентні переваги» та «конкурентоспроможність підприємства» тісно пов'язані між собою, адже конкурентоспроможність підприємства виявляється в умовах конкуренції, а конкурентні переваги є основою забезпечення конкурентоспроможності. Однак всі погоджуються з тим, що конкурентоспроможність необхідно розглядати на чотирьох рівнях, а саме на рівнях країни, регіону (галузі), підприємства й товару (продукції). Отже, під час дослідження конкурентоспроможності необхідно визначити критерії оцінювання, її джерела та фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки є узагальнюючою характеристикою діяльності господарюючого суб'єкта, яка відображає рівень ефективності використання ним економічних ресурсів відповідно до ефективності використання економічних ресурсів конкурентами. Джерелом та фактором конкурентоспроможності підприємства є його конкурентні переваги. Вони забезпечують стабільність прибутку, можливість зростання економічних показників у довгостроковій перспективі, створюють бар'єри для входу на ринок нових конкурентів тощо.

Ключові слова: конкурентні переваги, конкурентоспроможність, конкуренція, підприємства, вирощування, круп'яні культури.

Нисходовская Е.Ю., Марусей Т.В. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ВЫРАЩИВАНИЮ КРУПЯНЫХ КУЛЬТУР

Конкуренция неразрывно связана с конкурентными преимуществами предприятия, которые формируют его конкурентоспособность и побуждают к разработке конкурентной стратегии. Итак, понятия «конкуренция», «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность предприятия» тесно связаны между собой, ведь конкурентоспособность предприятия проявляется в условиях конкуренции, а конкурентные преимущества являются основой обеспечения конкурентоспособности. Однако все соглашаются с тем, что конкурентоспособность необходимо рассматривать на четырех уровнях, а именно на уровнях страны, региона (отрасли), предприятия и товара (продукции). Итак, при исследовании конкурентоспособности необходимо определить критерии оценивания, ее источники и факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной экономики является обобщающей характеристикой деятельности хозяйствующего субъекта, которая отражает уровень эффективности использования им экономических ресурсов в соответствии с эффективностью использования экономических ресурсов конкурентами. Источником и фактором конкурентоспособности предприятия являются его конкурентные преимущества. Они обеспечивают стабильность прибыли, возможность роста экономических показателей в долгосрочной перспективе, создают барьеры для входа на рынок новых конкурентов и т. п.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкурентоспособность, конкуренция, предприятия, выращивание, крупяные культуры.

Niskhodovska Olena, Marusei Tetiana. COMPETITIVE ADVANTAGES OF GROWING ENTERPRISES CEREAL CROPS

Competition is inextricably linked with the competitive advantages of the enterprise, which form its competitiveness and encourage the development of a competitive strategy. Consequently, the notion of "competition", "competitive advantages" and "competitiveness of the enterprise" are closely interconnected: the competitiveness of the enterprise is manifested in a competitive environment, and competitive advantages are the basis for ensuring competitiveness. But everybody agrees that competitiveness needs to be considered at four levels: country, region (industry), enterprise and product (product) level, etc. Consequently, in the study of competitiveness, it is necessary to determine the criteria for evaluation, its sources and factors that affect the level of competitiveness. In order to cover the potential demand of buckwheat market (both domestic and export), it is necessary to increase the gross area under buckwheat slightly. It is about introducing new varieties with high and stable yields, reaching specified yield levels and exceeding them, that realize the genetic potential of intensive technologies, as well in locating buckwheat crops across the regions of Ukraine in efficient and scientifically justified way. Competitiveness of an enterprise in the conditions of a market economy is a generalizing characteristic of the business entity, which reflects the level of efficiency of its use of economic resources in accordance with the efficiency of the use of economic resources by competitors. The source and factor of the company's competitiveness is its competitive advantages. They ensure the stability of profit, the possibility of growth of economic indicators in the long run; create barriers to entering newcomers' markets and soon. Overcoming the technology backwardness of the Food & Farming industry in the short-term perspective requires an integral system of new approaches to business development in the areas of Science and Technology, introducing innovations into production, that is establishment of management and financial mechanism for the development of innovation processes in the industry.

Key words: competitive advantages, competitiveness, competition, enterprises, cultivation, cereal crops.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Поняття «конкурентоспроможність», визначення джерел та факторів конкурентних переваг мають свої особливості відповідно до аграрних підприємств, що пов'язані зі специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності, рівнем конкуренції на цьому ринку, значною кількістю та різноманітністю суб'єктів господарювання (підприємств). Джерелом та фактором конкурентоспроможності підприємства є його конкурентні переваги. Вони забезпечують стабільність прибутку, можливість зростання економічних показників у довгостроковій перспективі, створюють бар'єри для входу на ринок нових конкурентів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами дослідження сутності конкурентоспроможності та її оцінювання займалися такі зарубіжні науковці, як Д. Белл, В. Беренс, Б. Вернерфельт, Д.Х. Джакот, К. Кемп, Т. Коно, Р.С. Лодж, М. Портер, П. Хавранек, О. Дацій, О. Драган, О. Дуброва, С. Клименко, Л. Євчук, В. Ільїна, В. Ключак, О. Копистко, М. Місюк, А. Малік. В економічній літературі можна зустріти різнопланові визначення цієї категорії. Поняття «конкурентоспроможність підприємства» започатковане М. Портером як властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на одному рівні з присутніми конкуруючими суб'єктами цих відносин. Він вважає, що конкурентоспроможність підприємства існуватиме доти, доки те утримує конкурентну перевагу над конкурентами ринку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). У вітчизняних та зарубіжних наукових джерелах існує низка підходів до трактування понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Однак всі погоджуються з тим, що конкурентоспроможність необхідно розглядати на чотирьох рівнях, а саме на рівнях країни, регіону (галузі), підприємства й товару (продукції). Отже, під час дослідження конкурентоспроможності необхідно визначити критерії оцінювання, її джерела та фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнюючи думки вітчизняних та зарубіжних науковців, можемо визначити, що конкурентна перевага – це елемент у системі конкурентних відносин; вона виявляється в умовах конкуренції, причому під час порівняння конкурентних позицій щодо кількох підприємств; їй притаманні стійкість (здатність зберігатися протягом тривалого періоду часу) та адаптивність (мінливість до умов ринку); конкурентна перевага має динамічний характер; їй властива ефективність, тобто отримання фінансового ефекту.

Поняття «конкурентоспроможність» та оцінювання її рівня, визначення джерел та факторів конкурентних переваг мають свої особливості відповідно до аграрних підприємств, що пов'язані зі специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності; рівнем конкуренції на цьому ринку; значною кількістю та різноманітністю суб'єктів господарювання (підприємств), отже, трактується воно неоднозначно.

У джерелах конкурентоспроможність підприємств з вирощування круп'яних культур визначена як їх уміння вижити в умовах жорсткої ринкової конкуренції, що є можливим тільки за рентабельного господарювання, інтенсивної системи землеробства на основі використання нових технологій та інновацій, які забезпечують розширене відтворення. Рівень ефективності виробництва круп, їх зберігання та переробки значною мірою визначається ефективністю використання інвестованого капіталу, раціональним його розподілом, залученням інноваційних технологій, собівартістю продукції, прибутку та рентабельності діяльності суб'єктів господарювання.

Конкурентні переваги є основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Ефективність та стійкість конкурентних переваг підприємства визначаються сукупним впливом множини факторів різного спрямування, які можуть як підсилювати, так і послаблювати конкретну конкурентну перевагу.

Основні фактори та показники конкурентних переваг підприємств по вирощуванню круп'яних культур узагальнені в табл. 1.

Конкурентні переваги круп'яних культур (гречки, проса, вівса) визначаються такими факторами.

1) Унікальні властивості та особливості продукту, його соціальна значимість. Крупи після борошна є другим за значимістю продуктом переробки зерна та посідають важливе місце в харчуванні, вони є невід'ємною складовою здорового та збалансованого раціону (фізіологічна норма споживання круп в Україні складає 14–15 кг у рік на особу). Крупи є джерелом енергії та корисних речовин: містять 57,7–77,3% вуглеводів, 7–23% повноцінних білків, 1–6% жирів, 0,49–6,86% ліпідів, а також вітаміни B1, B2, B6, PP, магній, фосфор і калій тощо. Найбільш збалансований склад хімічних речовин має гречана крупа, менше – вівсяна, пшоно шліфоване тощо. Засвоюваність круп залежить від вмісту в них клітковини та становить у середньому від 70% до 94%. Важливою ознакою гречаної крупы, на відміну від пшона, є здатність зберігати тривалий час свої поживні та смакові якості. Певне значення гречка має також в кормовиробництві, для чого використовують дрібне зерно, висівки та полови. Гречка – це цінна медоносна культура, за сприятливих погодних умов 1 га посіву гречки забезпечує збір 90–100 кг високоякісного лікувального меду. Цю рослину використовують у фармакології: з її листя та квіток одержують рутин, який використовують для

лікування склерозу, гіпертонії та виведення з організму радіоактивних речовин. Луску, яка залишається після переробки зерна гречки на крупу та містить до 40% окису калію, використовують як цінне місцеве калійне добриво й сировину для виготовлення поташу (K_2CO_3). Перспективним напрямом у круп'яному секторі є виробництво органічних круп. На відміну від звичайних, органічні крупи містять більше вітамінів та мінеральних речовин (Mg, Ca, K, Fe тощо), у них відсутні шкідливі добавки, стимулятори росту, залишки пестицидів та агрохімікатів, ГМО та продукти їх життєдіяльності тощо, а це допомагає зміцнити імунітет.

2) Високий попит на зернові круп'яні культури на вітчизняному продовольчому та зовнішньому ринках, значний експортний потенціал. Незважаючи на те, що більшість розвинених країн світу не відносить гречку до продовольчої культури, країни Східної Європи, Азії та пострадянського простору віддають перевагу саме цьому зерну. Протягом 2014–2016 рр. виробництво гречки в Україні характеризувалося різкими коливаннями в межах 140–180 тис. т, що було зумовлене ціною на крупу. Внутрішнє споживання цієї зернової культури становить 130–140 тис. т, а у 2016 р. виробники зібрали 192 тис. т зернової, що на 36% більше, ніж у 2015 р., проте Україна імпортувала 3,6 тис. т гречки на суму \$1,8 млн. Необхідне розширення ринку збуту, зокрема експорту, перспективними щодо цього є країни Європейського Союзу, які щорічно імпортують близько 50 тис. т гречки (30% українського виробництва), та Японія.

3) Висока рентабельність виробництва, що пов'язана з високими закупівельними цінами, а також наявні резерви зниження собівартості продукції, якими є збільшення урожайності культур, що досягається через впровадження нових ресурсозберігаючих технологій та використання сучасної техніки, зокрема використання високопродуктивного насіння, сучасних високопродуктивних машин та обладнання, внесення належної норми мінеральних добрив, особливого значення набуває впровадження інтенсивних технологій вирощування.

На основі проведених розрахунків науковців Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» слід відзначити, що найбільш рентабельним серед зернових є виробництво вівса та гречки. Рентабельність вівса у 2015 р. складала 21,5%, у 2016 р. – 34,4%, у 2017 р. – 51,0%. Рівень рентабельності гречки знижується: зі 100% у 2015 р., 87,5% у 2016 р. до 42,9% у 2017 р. [6]. У 2016 р. ціни на гречку

Таблиця 1

**Фактори та показники конкурентних переваг підприємств
по вирощуванню круп'яних культур**

Фактори конкурентних переваг		Показники конкурентних переваг	
Організаційні фактори		Розміри підприємства, форма власності	
		Участь в інтеграційних об'єднаннях підприємств	
		Ресурси підприємства	Банк землі (загальна площа земель) Структура посівів, питома вага круп'яних культур
Функціональні конкурентні переваги	Фінанси	Фінансові ресурси підприємства	Структура джерел ресурсів (співвідношення власних та позичених коштів), забезпеченість підприємства оборотними коштами
		Фінансовий стан	Показники прибутковості, платоспроможності, ліквідності, ділової активності
	Маркетинг	Частка ринку круп'яних культур	
		Якість та характеристики продукції	Урожайність круп'яних культур
			Відповідність стандартам якості та безпечності
			Унікальні властивості
			Екологічність продукції
	Соціальна значимість та пріоритетність продукції для споживача		
	Цінова політика/рівень цін		
	Репутація підприємства		
Виробництво	Оновлення матеріально-технічної бази	Рівень зносу основних засобів	
	Ефективність виробництва	Обсяг реалізації	
		Рентабельність виробництва	
		Диверсифікація виробничої діяльності	
Технологія	Впровадження інтенсивних та ресурсозберігаючих технологій вирощування круп'яних культур		
	Використання альтернативних джерел енергозабезпечення (біопаливо, біогаз)		
Персонал	Чисельність працівників		
	Ефективність системи управління персоналом	Система мотивації персоналу	
		Підвищення кваліфікації працівників	
Переваги, які ґрунтуються на взаємовідносинах із зовнішніми організаціями	Контроль каналів збуту	Взаємозв'язки з переробними підприємствами та збутовими посередниками продукції	
	Державна підтримка сектору круп'яних культур	Стимулююча політика уряду (інвестиційна, грошово-кредитна, податкова тощо)	
		Національна та регіональна програми розвитку сектору круп'яних культур	

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [5]

в Україні досягли рекордно високої позначки, а саме 50 грн. за кілограм. При цьому середня ціна, згідно з інформацією Держслужби статистики, зросла до 35,6 грн. за кілограм [2].

Агротехнічне значення гречки полягає в тому, що вона як попередник у сівозміні для інших культур забезпечує їх фосфором та калієм, як культура пізніх строків сівби засто-

совується для пересівання загиблої озимини та ранніх ярих культур. З огляду на скоростиглість її вирощують у післяукісних та післяжнивних посівах, а також як зелене добриво.

4) Широка підтримка виробництва науковими установами, а саме інтеграція науки й виробництва, тобто проведення наукових досліджень з питань генетики, селекції та насін-

ництва гречки; формування колекції зародкової плазми роду *Fagopyrum*; розроблення безвідходної технології вирощування та переробки гречки; впровадження наукових розробок у виробництво та надання ефективної допомоги аграрним підприємствам. За рахунок впровадження у виробництво нових сортів урожайність культури зросла з 5–8 ц/га до 20–35 ц/га.

5) Концентрація виробництва не є прямим чинником підвищення його ефективності, але її дія має опосередкований вплив через застосування на великих підприємствах передових технологій та сучасних високопродуктивних засобів виробництва сільськогосподарської продукції. Крім цього, концентрація створює можливості для отримання більш вигідного рівня цін на обладнання у постачальників та покупців продукції. Великі агрофірми та їх об'єднання мають більше можливостей використання ефекту від масштабу, отримання кредитів, забезпечення технікою, організації ефективної системи маркетингу, постачання й збуту. Водночас вони поступаються дрібним формам організації сільськогосподарського виробництва за такими параметрами, як гнучкість, можливість оперативного реагування на зміну зовнішніх та внутрішніх факторів. Саме тому дрібному та середньому агробізнесу необхідно створити умови для організації кооперативів, об'єднання в асоціації, формування мережних структур, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності агропідприємств та подальшому нарощуванню виробництва продукції.

В Україні 15 червня 2017 р. офіційно зареєстрована Міжнародна асоціація виробників гречки, метою організації якої є сприяння поглибленню зв'язку між виробництвом та селекцією гречки, розробленню нових інтенсивних технологій виробництва, зокрема органічних, поширенню перспективних та сучасних сортів гречки, підвищенню їх продуктивності та рентабельності виробництва. Асоціація виступила з ініціативою запровадження державної дотації, тобто додаткового фінансування під кожен гектар гречки в сумі 1 тис. грн./га.

6) Засобом формування конкурентних переваг сільськогосподарських виробників є створення вхідних бар'єрів у галузь, оскільки з огляду на глобалізаційні процеси відсутність внутрігалузевої конкуренції є тимчасовим явищем. Одним з видів вхідних бар'єрів є вертикальна інтеграція, яка дає можливість зменшити конкуренцію в суміжних галузях, обмежити пропозицію сировини та матеріалів, а також попит, тому підприємство, що вхо-

дить на такий ринок, змушене вкладати значні кошти у створення власної інтегрованої структури. Створення вертикальних об'єднань сприяє підвищенню ефективності їх учасників, зменшенню трансакційних витрат, але водночас створює додаткові бар'єри для підприємств, що бажають увійти до цих галузей.

Імпорт гречки з Китаю є не вигідним для України, оскільки насичення внутрішнього ринку товарами іноземного походження не сприяє розвитку вітчизняного виробництва (більш низька ціна імпортованих круп), вони мають нижчу якість, отже, не задовольняють споживача. Для задоволення потреб внутрішнього ринку слід виробляти близько 300 тис. т зерна гречки на рік, для забезпечення експорту – біля 200 тис. т, отже, площа під гречкою має становити не менше 250 тис. га за умови стабільної врожайності у 20 ц/га. У 2016 р. в Україні зібрали в середньому 33,6 ц/га гречки (за такої врожайності рентабельність її виробництва складає 200%). Максимальна ж урожайність гречки в Україні становила 42,6 ц/га.

Інновації є фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств. На думку М. Портера, компанії домагаються конкурентних переваг за допомогою інновацій. Вони підходять до розуміння нововведень в найширшому сенсі, використовуючи як нові технології, так і нові методи роботи [7, с. 215]. Під інноваціями розуміються не тільки нові технології, але й нові методи роботи, якими є новий дизайн продукту, новий процес виробництва, новий підхід до маркетингу, нова методика підвищення кваліфікації, якості продукції та продуктивності праці.

Висновки з цього дослідження. Отже, конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки є узагальнюючою характеристикою діяльності господарюючого суб'єкта, яка відображає рівень ефективності використання ним економічних ресурсів відповідно до ефективності використання економічних ресурсів конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємств – виробників круп визначається перш за все конкурентоспроможністю круп'яної продукції, що є сукупністю взаємопов'язаних характеристик, які визначають відповідність продукції вимогам ринку, а саме рівня якості (нормативні, консументні), економічних показників (ціна реалізації, витрати на виробництво продукції, збут, транспортування, зберігання тощо) та маркетингових параметрів (впізнавання торгової марки, імідж товару, ступінь ринкової новизни товару, лояльність споживачів тощо).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Блонська В., Горзов В. Конкурентоспроможність української економіки в ринкових умовах. *Науковий вісник*. 2006. Вип. 16.3. 296 с.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Донських А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають. *Ефективна економіка*. 2011. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=850>.
4. Драган О. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: Европейская перспектива. Санкт-Петербург : Наука, 1996. 381 с.
6. Науково-дослідний інститут круп'яних культур ім. О. Алексєєвої Подільського державного аграрно-технічного університету. URL: <http://pdatu.edu.ua/research-institute-cereals-them-oalekseyevoyi.html>.
7. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2003. 496 с.

REFERENCES:

1. Blonsjka V., Ghorzov V. (2006) Konkurentospromozhnistj ukrajinsjkoji ekonomiky v rynkovykh umovakh [Competitiveness of the Ukrainian economy in market conditions]. Scientific herald, vol. 16.3. – 296 p.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2016) Sotsialni indykatory rivnia zhyttia naseleennia [Social indicators of living], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Donsjkykh A. (2011) Konkurentospromozhnistj aghrarnykh pidpryjemstv ta faktory, shho jiji vyznachajutj [Competitiveness of agrarian enterprises and factors that determine it]. Effective Economy. No. 12, 2011. Available at: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=850>.
4. Draghan O. (2006) Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstv: teoretychni aspekty. [Managing the competitiveness of enterprises: theoretical aspects]. Monograph, K.: ДАКККіМ. – 160 p.
5. Lamben Zh. -Zh. (1996) Strateghycheskyj marketyngh: Evropejskaja perspektyva. [Strategic Marketing: A European Perspective]. SPb. : Science, 381 p.
6. Podiljskiy derzhavniy aghrarno-tekhnichnyy universytet. Naukovo-doslidnyj instytut krup'janykh kul'tur im. O. Aleksejevoji. URL: <http://pdatu.edu.ua/research-institute-cereals-them-oalekseyevoyi.html>.
7. Porter M. (2003) Konkurencyja. [Competition]. Moscow : Williams, 496 p.