

УДК: 339.137.2: 658.62

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПСП «АГРОФІРМА «ВАСИЛІВКА» БЕРЕЗАНСЬКОГО РАЙОНУ

В.Д. Тютюнікова, здобувач вищої освіти

М. О. Булименко, здобувач вищої освіти

Миколаївський національний аграрний університет

В статті проаналізовано конкурентоспроможності продукції ПСП «Агрофірма «Василівка» Березанського району. Розглянуто теоретичні аспекти побудови матриці Мак-Кінсі. Досліджено методи оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Розглянуто матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Систематизовано фактори, що використовуються для оцінки конкурентної позиції. Проведено аналіз та надано рекомендації щодо діяльності підприємства. «Агрофірма «Василівка. Розглянуто можливості та загрози перед підприємством у майбутній діяльності.

Ключові слова: *конкурентоспроможність продукції, аграрне підприємство, матриця Мак-Кінсі, привабливість ринку, конкурентні переваги.*

Постановка проблеми. Проблема забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств має глобальний характер, оскільки, з одного боку, визначає багато аспектів економічної і соціальної політики країни, з іншого – прямо пов'язана з інтересами її громадян, що виступають у ролі споживачів продукції цих підприємств. Процес формування конкурентоспроможних господарських структур ринкового типу, здатних з максимальною ефективністю використовувати землю та забезпечувати стабільну продовольчу безпеку держави посідає важливе місце в аграрній політиці всіх промислово розвинених країн.

Значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в умовах сучасної економіки зростає: набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами вітчизняного виробництва, вимагається покращення їх якості, розширення асортименту, що в кінцевому підсумку визначає здатність країни реалізовувати свою продукцію як усередині, так і за її межами [1].

Постановка завдань. Визначення рівня конкурентоспроможності продукції ПСП «Агрофірма «Василівка» Березанського району Миколаївської області.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вхідження аграрного сектору України у міжнародний господарський простір значною мірою пов'язане з процесами глобалізації світової економіки. Зумовлена цим явищем запекла конкуренція між країнами за інтернаціоналізовані ринки збуту викликала нагальну потребу підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств та забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках продовольчих товарів. Дослідженню питань аналізу та оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств присвячені праці видатних вчених-економістів, зокрема В. Я. Амбросова [2], Л.А.

Євчук [3], В.К. Збарського [4], С.М. Кваші, М.Й. Маліка, Б.Й. Пасхавера, О.О. Школьного, М.В. Ожерельєвої [5] та ін.

Дещо інший підхід до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства пропонує А. О. Шепіцен. На його думку, оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства має ґрунтуватися на аналізі його потенційної та поточної конкурентоспроможності.

До показників, що дозволяють оцінити потенційну конкурентоспроможність, автор відносить грошову оцінку ріллі, фондозабезпеченість, працезабезпеченість, енергозабезпеченість, ефективність технології (вихід валової продукції на 100 га ріллі), фондоозброєність, енергоозброєність, продуктивність праці. Шляхом порівняння даних показників з максимальним їх значенням у відповідному році визначаються індекси співвідношення, які потім методом згладжування часток приводяться до підсумкового показнику, що характеризує потенційну конкурентоспроможність. Поточна конкурентоспроможність, виражена через конкурентоспроможність продукції, визначається окремо за кожним її видом як відношення інтегрального індексу якості до індексу вартості товару.

Для визначення конкурентоспроможності загальної продукції підприємства індекси якості за кожним видом продукції зважуються часткою виручки від реалізації певного її виду у загальній масі виручки. Після визначення потенційної і поточної конкурентоспроможності та приведення їх до складених величин, на основі аналізу кореляційно-регресійних зв'язків даних двох видів конкурентоспроможності з величиною рентабельності підприємства визначається реальна конкурентоспроможність сільгоспідприємства

Виклад основного матеріалу дослідження. Принципово всі застосовувані методи оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств можна об'єднати в наступні дев'ять груп: 1) методи, основані на аналізі порівняльних переваг; 2) методи, що базуються на оцінці фінансового стану підприємства; 3) методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; 4) методи, основані на теорії якості товару; 5) матричні методи; 6) методи визначення конкурентної позиції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства; 7) інтегральний метод; 8) метод бенчмаркінгу; 9) інші методи. При проведенні аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств ми пропонуємо методичний підхід, орієнтований на об'єктивність та оптимальність розрахунків по існуючим даним їх виробничо-господарської діяльності.

Групування сільськогосподарських підприємств за рівнем рентабельності є необхідною складовою рейтингової оцінки конкурентоспроможності. В якості групувальної ознаки доцільно обрати рівень рентабельності. Вибір даного показника можна пояснити універсальним характером його застосування. По-перше, він є результативною ознакою всіх аспектів діяльності підприємства – ресурсних, витратних, збутових та інших. По-друге, особливість рівня рентабельності полягає у тому, що він не враховує галузеві особливості сільськогосподарського виробництва, на відміну від показників ефективності використання землі, собівартості, які часто застосовуються в якості групувальної ознаки.

Вважаємо необхідним застосувати рейтинговий метод для загальної характеристики рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств області, використовуючи наступні показники: рівень рентабельності, прибуток, фондвіддача і частка ринку.

Фондвіддача є найважливішим показником ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Враховуючи той факт, що в досліджуваній

сукупності представлені підприємства різних галузей спеціалізації, вплив основних видів ресурсів на кінцевий результат також буде варіюватись.

Показники ефективності використання трудових ресурсів також суттєво коливаються залежно від виду господарської діяльності господарства. На механізованих виробництвах фактор робочої сили відіграє менш важливу роль, ніж на трудомістких. Оскільки в сільському господарстві на даний час присутні два типи галузей, порівнювати господарства різної спеціалізації за рівнем продуктивності праці не зовсім доцільно.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці - таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів. Матриця McKinsey є багатофакторною матрицею і більш детальним варіантом. Матриця складається з дев'яти квадрантів і характеризує довгострокову привабливість галузі (ринку) та конкурентну позицію підприємства в ній. Матриця враховує дію великої кількості чинників (чинники конкуренції, фінансово-економічні і соціально-психологічні чинники, а також параметри ринку чи галузі) [6].

Критерій визначення привабливості ринку включає:

- ❖ ємність ринку та темпи його зростання;
- ❖ інтенсивність конкуренції;
- ❖ вхідні та вихідні бар'єри;
- ❖ сезонність та циклічність коливань;
- ❖ потреба в капіталовкладеннях;
- ❖ загрози та можливості галузей, що розвиваються;
- ❖ вплив соціального, екологічного факторів, а також, державного регулювання.

Щоб отримати формальну, кількісну оцінку привабливості ринку, кожному показнику потрібно присвоїти вагу, що відповідає її важливості для керівництва та тій ролі, що відіграє цей показник у виборі стратегії. Сума всіх вагів повинна дорівнювати 1,0. Зважені оцінки привабливості розраховуються шляхом перемноження оцінки кожного показника привабливості ринку (при оцінці можна використовувати шкалу від 1 до 5 або від 1 до 10) на вагу конкретного показника. Сума зважених оцінок всіх факторів привабливості дає сукупну привабливість. Оцінка привабливості розраховується для одиниці продукції, яку виробляє підприємство. Рівень привабливості визначає її позицію в матриці по вертикалі.

До факторів, що використовуються для оцінки конкурентної позиції, належать:

- ❖ частка ринку;
- ❖ відносний рівень витрат;
- ❖ можливість перевершити конкурентів за якістю товарів, знанням споживачів;
- ❖ наявність бажаних переваг;
- ❖ рівень прибутковості відносно конкурентів.

Оцінка позиції в конкуренції визначає становище підприємства по горизонталі, а саме: досягло воно сильної, середньої чи слабкої позиції.

Відповідно до того в якому квадраті матриці позиціонується той чи інший товар, вибирають для нього наступні стратегії:

- а) для квадрантів 2,3,6 – інвестувати, зростати;
- б) для квадрантів 4,7,8 – не інвестувати, «збирати врожай» або відмовитись від бізнесу;
- в) для квадрантів 1,5,9 – інвестувати обмежено. Зокрема для бізнесу в квадрантах: 1 – закріпити стратегічні позиції, 5 – захищати і використовувати досягнутий стан, 9 – використовувати досягнутий стан [7].

В даній статті пропонуємо проаналізувати рівень конкурентоспроможності продукції ПСП «Агрофірма «Василівка» Березанського району за допомогою одного побудови матриці «Мак-Кінсі».

Отже, на сьогоднішній день в ПСП «Агрофірма «Василівка» Березанського району овочі відкритого ґрунту знаходяться в зоні обмеженого інвестування або ж вибіркового росту, також в даній господарській зоні знаходяться зернові культури. Для підприємства рекомендується застосувати стратегію розвитку для даної продукції. Наприклад, посилити слабкі сторони та визначити конкурентні переваги. За проведеним аналізом у найвигіднішому становищі виступає соняшник. Зона відповідає за досить конкурентоспроможній товар, який діє на ринку середньої привабливості. Підприємство збільшить прибуток за рахунок економії на масштабах виробництва саме соняшнику.

Висновок. Конкурентоспроможність продукції прямо характеризує конкурентоспроможність самого підприємства, тому потрібно адекватно оцінювати господарську діяльність. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва й можливості вигідного продажу. Разом з тим конкурентоспроможність товару - це не тільки висока якість і технічний рівень, це й уміле маневрування в ринковому просторі й у часі, а головне - максимальний облік вимог і можливостей конкретних груп покупців. Причому об'єктивна оцінка всіх аспектів рівня конкурентоспроможності може бути вироблена тільки на основі критеріїв, якими оперує споживач, для якого цей товар призначений. Причини конкурентоспроможності товару необхідно шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком більш ефективного управління процесом розробки, реалізації й експлуатації пропонованої продукції. Конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність фірми виробника співвідносяться між собою як частина й ціле. Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності економічних методів управління діяльністю фірми, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби

Інформаційні джерела

1. Ільїн В.Ю. Глобалізація та її вплив на конкурентоздатність підприємств аграрного сектору економіки України : [монографія] / В.Ю. Ільїн – Луганськ : Ноулідж, 2014. – 436 с.
2. Амбросов В.Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань / В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич // Вісник ХНАУ, серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – № 10. – С. 23-28.
3. Євчук Л.А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств: монографія / Л.А. Євчук. – Миколаїв: Вид-ць Прокопчук Т.Ю., 2010. – 340 с.
4. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.
5. Кваша С. Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ / С. Кваша, О. Лука // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 79-86.
6. Кухарук А.Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://diplomba.ru/work/17713>
7. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

Науковий керівник: Олійник Т.Г., к.е.н., старший викладач