УДК 338.432

Валентина Галущак

ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ПРОДУКЦІЇ

У *статті висвітлюються питання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та її* *продукції. А також визначено основні показники або критерії конкурентоспроможності.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, оціночні показники, структура виробництва, асортимент продукції.*

Формування конкурентоспроможних господарських структур в агропромисловому комплексі передбачає, насамперед, створення нормальних стартових умов для їх розвитку У сільському господарстві окреме підприємство не є єдиним виробником сільськогосподарської продукції, у процесі своєї діяльності воно стає учасником конкурентної боротьби Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності

Дослідження проблеми конкурентоспроможності постійно проводилось у розвинутих країнах. Теоретичним надбанням є наукові праці економістів різних часів: А.Сміта, Д.Рікардо, Г.Азоєва, І.Ансоффа, Дж.Кейнса, І.С.Макконелла, Дж.Мілля, А. Пезенті, М.Портера [4], Дж.Робінсона, Фатхутдінова, Ф.Хайєка, Й.Шумпетера, Д. Юданова та інших.

Значний вклад у розгляд питань конкурентоспроможності економіки України в цілому й аграрного сектора зокрема внесли вітчизняні економісти В.Андрійчук, В.Вітвіцький, В.Власов, П.Гайдуцький [2], М.Малік, В.Месель-Веселяк [3], М.Пугачов, П.Саблук, С.Тивончук, О.Шпичак, В Юрчишин та інші. Проте існує низка актуальних проблем у цій сфері, яка потребує подальшого глибокого осмислення і розв'язання. А саме: подолання диспаритету цін на матеріально-технічні ресурси для сільського господарства і продукцію його виробництва, створення повноцінної ринкової інфраструктури для ресурсного забезпечення аграрного виробництва та збуту продукції, ефективного державного регулювання й фінансової підтримки розвитку сільського господарства та інші, розв'язання яких сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Мета статті - здійснити аналіз факторів, що впливають на формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції.

Для досягнення певного рівня конкурентоспроможності потрібно ввести в дію широкий спектр ринкових стимулів, які дали б змогу узгодити інтереси усіх учасників ринку. З метою координації діяльності економічних суб'єктів потрібно, насамперед, визначити чинники конкурентоспроможності підприємств, показники та підходи до їхньої оцінки.

Оцінювати конкурентоспроможність аграрного сектора нелегко з одного боку, вона досить висока, оскільки тут виробляють життєво важливу продукцію, на яку існує стійкий попит. З іншого боку, внаслідок значних коливань доходів, а також залежності їх від природних (біологічних) факторів, вона має ризикований характер.

Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства передбачає визначення кола підприємств-конкурентів, формування системи оціночних показників, обробку інформації та одержання узагальнюючої оцінки конкурентоспроможності, яка є поняттям відносним, тому її можна виявити тільки серед групи підприємств, які належать до однієї галузі. Визначення групи підприємств-конкурентів є важливим етапом роботи, оскільки підприємство може бути кон­курентоспроможним у межах певного сегмента ринку, а в межах іншого — ні. Підприємства, що визначаються конкурентами певного підприємства, мають входити в єдиний регіональний ринок діяльності або його певний сегмент, мати відповідну структуру виробництва й асортимент продукції; мати зіставні фази життєвого циклу підприємства та основних стратегічних цілей розвитку; використовувати однакові канали розповсюдження товарів.

Формування системи оціночних показників включає перелік основних критеріїв і показників оцінки конкурентоспроможності підприємства. У процесі такої оцінки можна використовувати як кількісні, так і якісні показники, що стосуються виробничої, фінансової, комерційної та організаційно-управлінської діяльності Якісні показники використовують у процесі оцінки у вигляді опису або бальної оцінки якості, одержаної на основі експертного зіставлення фактичного стану з кращим.

В.А.Сідун, Ю.В.Пономарьова до основних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять метод різниць, метод рангів, метод балів і метод еталона [5]. Визначення рівня конкурентоспроможності підприємств — складна проблема, і для її розв'язання потрібно застосовувати різні методичні підходи: індикативний, метод ієрархій, різниць, конкурентних переваг, експертних оцінок та інші [6]. Згідно з теорією ефективної конкуренції, найконкурентоспроможнішими є підприємства, де найкраще організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної служби впливає багато факторів — ресурсів фірми Оцінка ефектності роботи кожного підрозділу передбачає оцінку ефективності використання цих ресурсів В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності.

У першу групу об'єднані показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві. У другу групу об'єднані показники, які відображають ефективність правління обіговими засобами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність його розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому. До третьої групи належать показники, які дають змогу мати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку за допомогою реклами та стимулювання. У четверту групу входять показники конкурентоспроможності товару та його ціна.

Така оцінка конкурентоспроможності охоплює всі найважливіші оцінки господарської діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, сприяє швидкому та ефективному одержанню даних про фактичний стан підприємства на галузевому ринку.

Аналіз зазначених методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства свідчить про те, що її можна розглядати у двох аспектах: зовнішньому (оцінка позиції підприємства на ринку) та внутрішньому (оцінка економічних показників діяльності підприємства).

Конкурентоспроможність має якісну і кількісну сторони. Якісна її сторона включає в себе протистояння конкурентів, зіткнення і зближення їх економічних інтересів при відповідній рівновазі між попитом і пропозицією. При цьому економічна боротьба має не перехідний характер, оскільки інтереси конкурентів частіше перебувають в протиріччі, ніж в гармонії. В таких випадках кожний суб'єкт ринкових відносин об'єктивно зорієнтований на вивчення складових ринку, їх тенденцій і співвідношень. І саме тому міру економічного виживання суб'єктів ринку буде визначати точний розрахунок конкурентоспроможності продукції або наданих послуг

Найбільш чітко вираженими показниками, які характеризують конкурентоспроможність продукції є затрати на її виробництво (собівартість продукції), ступінь насичення ринку даним видом продукції, ціни реалізації готової продукції за каналами збуту, рівень купівельної спроможності споживачів рівень рентабельності виробництва окремих видів продукції, норма прибутку Додатковими показниками конкурентоспроможності продукції виступають маса прибутку на один гектар посіву сільськогосподарських культур, один гектар сільськогосподарських угідь, одну голову худоби.

Що стосується окремих сільськогосподарських підприємств, то їх глибока диференціація за природно-кліматичними умовами і структурою виробництва, органічній будові діючого капіталу, швидкості кругообороту засобів, інформованої щодо стану ринку, на нашу думку, вимагає в якості основних показників оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств використовувати показники рівня рентабельності і норми прибутку, а з додаткових - суму прибутку з розрахунку на один гектар посівної площі, один гектар сільськогосподарських угідь і одну голову худоби.

З метою об'єктивного і повного відображення можливостей економічної дієздатності виробів і суб'єктів ринкової діяльності можна користуватися індексами конкурентоспроможності, які обчислюються шляхом ділення фактичного рівня рентабельності виробництва на розрахункові (нормативні) значення цих показників, які дають можливість порівнювати ці показники за окремими виробами, галузями, підприємствами і періодами часу.

При величині індексу менше одиниці можна говорити про відсутність умов виживання в конкурентній боротьбі і необхідності переорієнтації економічної діяльності.

Якщо значення індексу дорівнює одиниці, то необхідний пошук нових варіантів розвитку виробництва і ринків збуту

Якщо індекс конкурентоспроможності перевищує одиницю на п'ять і більше позицій, це свідчить про правильність обраного економічного курсу виробничо-комерційної діяльності.

Індекси конкурентоспроможності можуть змінюватися під впливом різних економічних чинників і перш за все, кон'юнктури ринку та рівня його освоєння, тривалості життєвого циклу товару, купівельної спроможності покупців, рівня спеціалізації та витрат на виробництво, рівня цін на послуги та продукцію, впровадження нових технологій, розташування підприємств в різних природно-економічних зонах і наявність відповідних умов для виробництва сільськогосподарської продукції.

Саме тому, конкурентоспроможність продукції (товару) є складною, багатоваріантною характеристикою, яка складається з великої кількості взаємопов'язаних показників. При цьому оцінка рівня конкурентоспроможності повинна включати не лише її привабливість для споживача, але й оцінюватися з боку виробника, відображаючи його інтереси при випуску і реалізації певних видів продукції. Провідна ж роль в оцінці конкурентоспроможності відводиться економічним показникам, які повинні об'єктивно відображати інтереси споживачів та виробників продукції.

Показники конкурентоспроможності відображають не стільки параметри конкретних видів продукції, скільки характеризують потреби потенційних покупців. Разом з тим оцінки конкурентоспроможності продукції не є статичними і довгостроковими і змінюються в залежності від конкретних умов її реалізації, що потребує вивчення поточної кон'юнктури ринку, корегування маркетингової стратегії підприємств та розробки механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції.

Якісні параметри сільськогосподарської продукції та витрати на її виробництво в значній мірі обумовлюють її конкурентоспроможність, яка пов'язана з обсягами виробництва та реалізації. Еколого-економічна концепція розвитку і функціонування організаційно-правових структур повинна бути орієнтована на збільшення виробництва і підвищення якості та конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки при дотриманні санітарно-гігієнічних та екологічних умов безпеки продукції, для задоволення потреб споживачів на продовольчих ринках при оптимальних затратах на виробництво та ефективний розвиток підприємства в цілому.

Якісні показники продукції як складові її конкурентоспроможності забезпечують товаровиробнику переваги в конкурентній боротьбі і являються головним критерієм для покупця. Особливо важливого значення це набуває в даний час у зв'язку з розширенням сфери впровадження енергозберігаючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції. Нажаль якість виробленої сільськогосподарської продукції в нашій країні, як показує аналіз, значно погіршується.

Для забезпечення підвищення якісних характеристик вітчизняної продукції та її конкурентоспроможності необхідно: удосконалювати систему техніко-технологічних і агротехнічних заходів виробництва продукції та її збуту; впроваджувати у виробництво нові енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки та реалізації продукції, здійснювати належний контроль за якістю продукції на всіх етапах її виробництва і збуту, впроваджувати у виробництво нові високоврожайні сорти і гібриди сільськогосподарських культур та високопродуктивні породи, лінії і кроси тварин та птиці.

Проблема якості і конкурентоспроможності продукції тісно пов'язана з управлінням якістю, стандартизацією і сертифікацією продукції. Досвід розвитку передових країн світу свідчить, що вирішення проблеми якості повинно стати національною ідеєю, що вимагає масового навчання і професійної підготовки всіх верств суспільства - від професійного споживача до керівника будь-якого рівня. Нині серед складових конкурентоспроможності товару ціна вже не домінує, а на лідируючі позиції виходять споживчі якості та рівень сервісу.

Якість продукції - це сукупність її властивостей, що характеризують міру спроможності даної продукції задовольняти потреби споживачів згідно з її цільовим призначенням [1]. Тобто, поняття якості продукції виключає її шкідливі або які-небудь негативні властивості для споживачів, але це не завжди відповідає дійсним властивостям продукції. Оскільки категорія якості оцінює предмети і явища через склад і співвідношення властивостей певного виду продукції, вона не може і не повинна ігнорувати їх небезпеку для споживачів. Тому інтегральна оцінка якості не може бути просто арифметичною сумою переліку властивостей продукції для споживачів, навпаки - негативні і позитивні властивості повинні оцінюватися в сукупності, особливо в екологічному і гігієнічному аспектах.

Сертифікація продукції на стадії продажу кінцевому споживачеві не відповідає необхідному рівню якості, оскільки часто не є об'єктивною і не враховує деякі важливі параметри (зокрема, екологічні). Необхідно розгортати систему управління якістю продукції в сфері виробництва сільськогосподарської продукції. Нажаль, цим проблемам ще не приділяється належна увага.

В умовах ринкової економіки якість продукції відіграє надзвичайно важливу роль у підвищенні її конкурентоспроможності. За однакової ціни більшим попитом користуватиметься продукт, який має вищу якість. Водночас істотне поліпшення підприємством якості продукції порівняно з аналогічною продукцією конкурентів дає йому можливість підвищувати ціну на неї, не втрачаючи при цьому своїх споживачів, а в нерідких випадках навіть збільшуючи обсяг продажу.

Викладене вище дає підстави сформувати поняття конкурентоспроможності продукції за якістю як сукупність її властивостей і характеристик, що забезпечують задоволення потреб споживачів на вищому або однаковому рівні з аналогічною продукцією конкурентів за прийнятної для них (споживачів) ціни. Конкурентоспроможність продукції за якістю підвищує і конкурентоспроможність підприємства як суб'єкта ринку, під якою розуміють його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію і забезпечувати її збут. Якісна продукція забезпечує вищу прибутковість виробництва і фінансову стійкість підприємства, підвищує його імідж, сприяє виходу підприємства на світовий ринок, повніше задовольняє потреби суспільства в ній, завдяки чому в державі формується більш сприятливий соціально-психологічний клімат.

Отже, одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції, що забезпечить конкурентоспроможність і підприємства в цілому, з врахуванням вище викладених чинників, буде цінова перевага, для забезпечення якої собівартість, як базова величина ціни, повинна формуватися за низько витратним принципом. Досягти цього можливо за рахунок удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, науково обґрунтованої спеціалізації і концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці, ефективного використання ресурсів і виробничого потенціалу та врахування вимог ринку. В додаток до цього необхідно відпрацювати фінансово-кредитну, податкову та цінову політику в агропромисловому виробництві, стимулювати розвиток різних організаційно-правових форм господарювання, розвинути ринкову інфраструктуру, підвищити ефективність роботи маркетингових, менеджерських та інформативних служб тощо.

Отже, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного аграрного сектора можливе за умов повнішого забезпечення вітчизняних потреб власною сільськогосподарською продукцією нижчої собівартості та сприятливих ринкових цін. І саме тому розвиток цих складових є реальним напрямом зростання конкурентоспроможності продукції, її виробників і відповідно галузей сільського господарства та харчової промисловості країни.

Література

1. Андрійчук В Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. - 2-е вид., доп. і перероблене/ В.Г.Андрійчук.-К.: КНЕУ. 2002.-624 с.

2.Гайдуцький А.П. Інвестиційна конкурентоспроможність аграрного сектора України.-К.: Нора-Друк, 2004.-І56С.