

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

В. Ф. НЕВЛАД, кандидат економічних наук

Висвітлено проблему конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, й запропоновано проведення детального аналізу діяльності конкурентів аналогічних видів продукції.

Однією з головних причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів та наданих послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення своєї частки на внутрішньому і зовнішньому ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача, поставивши його інтереси у центр всієї виробничої та комерційної діяльності.

В умовах розвитку світової економіки більш досконаліше глобалізується конкуренція малих і середніх підприємств – виробників. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення [1].

Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує підприємства постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів.

Жорстка конкуренція між товаровиробниками вимагає від підприємств приділяти увагу формуванню і підтримуванню конкурентних переваг, що є запорукою їх конкурентоспроможності на обраному сегменті ринку [4]. Особливо це стосується підприємств по виробництву та переробці сільськогосподарської продукції.

Відомо, що на конкурентоспроможність таких підприємств впливає багато чинників, серед яких особливе місце займають конкурентні переваги. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж) [5].

Мета статті полягає у тому, щоб на прикладі ВАТ «Птахокомбінат» Бершадський» Вінницької області проаналізувати вплив конкурентних переваг на виробничу діяльність підприємств сільськогосподарської продукції.

Методика досліджень. При дослідженні перспектив виробництва та реалізації продукції застосовувалися такі наукові методи дослідження, як: економіко - статистичні, табличні, експертні та методи порівняння.

Дослідження проводилося на базі фактичних матеріалів виробничої діяльності ВАТ «Птахокомбінат» Бершадський» Вінницької області.

Результати досліджень. При переході до ринку господарський комплекс України зазнав глибоких змін, пов'язаних з переорієнтацією економіки та галузі, які необхідні для повного задоволення потреб населення, розширення експорту та раціонального використання сировинної бази. Тому пріоритетним у структурі сільськогосподарської промисловості має бути виробництво продуктів харчування яке задовольнить вимоги конкретного споживача. Таке задоволення знаходить своє вираження в процесі купівлі - продажу. Властивості, характеристики товару та вимоги споживачів, при якому дотримуються інтереси виробника та споживача, що означає повну відповідність товару умовам ринку, називається його конкурентоспроможністю. Яка в свою чергу впливає на конкурентні переваги підприємств - виробників аналогічних видів продукції.

Світовий досвід свідчить, що конкурентні переваги у будь-якій галузі — це попит на внутрішньому ринку на товари чи послуги, що пропонуються цією галуззю. Впливаючи на ефект масштабу, попит на внутрішньому ринку визначає характер та швидкість впровадження новацій, що здійснюються підприємствами країни. Він характеризується такими рисами, як: структурою внутрішнього попиту, обсягом та характером зростання внутрішнього попиту і механізмами, за допомогою яких переваги на внутрішньому ринку передаються на закордонні ринки [3].

Проблемами визначення конкурентних переваг займалися багато як закордонних так і вітчизняних вчених: М. Портер, Ф. Котлер, І. Ансофф, Ж.-Ж. Ламбен, Р.А. Фатхутдинов, А.Ю. Юданов, В.Д. Немцов, Л.Є. Довгаль та ін. Проте і до цього часу залишаються доцільними питання щодо підтримки конкурентних переваг підприємств виробників сільськогосподарської продукції.

Відомо, що виробник одержує найбільший ефект тоді, коли реалізує не сировину, а продукти її переробки, тобто кінцеві продукти споживання. Яскравим прикладом цьому є підприємство ВАТ «Птахокомбінат» Бершадський», яке було обране нами як об'єкт дослідження.

Торгова марка «Бершадські кури» широко відома серед споживачів продукції птахівництва в Україні. В 2002 році господарство стало лауреатом всеукраїнської акції по якості продукції та нагороджене відзнакою «Вища проба». В 2003 році, при валовому виробництві в 3000 тонн, господарство зайняло 1 місце на ринку з питомою вагою 64 %. У листопаді 2008 року ВАТ «Птахокомбінат «Бершадський» за високу репутацію на ринку товарів та послуг одержав нагороду «Золота торгова марка».

Основними виробничими потужностями підприємства, на даний час є інкубаційний цех на 400 тисяч яєць, сім цехів з вирощування бройлерних курчат, 2 забійних цехи, переробні цехи (копчення, виробництва ковбас, консервів, напівфабрикатів), холодильно-компресорний цех, а також цехи з виробництва яєчного порошку та комбікормів, земельний клин понад 3,5 тис.

га, мережа фірмових магазинів, у яких реалізується понад 150 найменувань продукції.

Аналізуючи основні економічні показники діяльності ВАТ «Птахокомбінат» Бершадський», можна відзначити чітку тенденцію до їх зростання та отримання більшого економічного ефекту від ведення виробничої діяльності на основі їх конкурентоспроможності (табл.1).

**Економічні показники діяльності ВАТ « Птахокомбінат «Бершадський»,
тис. грн.**

Показники	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	Відхилення 2007р. до 2011р.
Чистий дохід від реалізації	55980,5	73440	120330	121494	130047	74066,5
Собівартість реалізованої продукції.	53231,3	68571	109097	108199	117856	64624,47
Валовий дохід	2749,2	4869	11233	13295	12191	9441,8
Чистий прибуток	2308,3	4465	13732	6492	4776	2467,7
Витрати на оплату праці	6583,3	7968	10624	12284	11986	5402,7

Особливої уваги, на нашу думку заслуговує аналіз показників по виробництву продукції птахівництва (табл. 2).

**Динаміка показників ефективності виробництва продукції
птахівництва в ВАТ «Птахокомбінат «Бершадський»**

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2011р. до 2009р., %
Виробництво яєць				
1.Середньорічна несучість однієї голови курей, шт.	139	142	154	110,8
2.Затрати праці на 1000 шт. яєць, люд-год.	4,6	4,32	3,9	84,9
3. Собівартість 1000 шт. яєць, грн.	139	187	236	169,9
4. Ціна реалізації 1000 шт. яєць, грн.	241	256	284	117,8
5. Прибуток (збиток) від 1000 шт. яєць,	102	69	48	47,1
6. Рівень рентабельності, %	73,4	36,9	20,3	27,7
Виробництво м'яса курей				
1.Середньодобовий приріст живої маси 1 голови, г	33	39	41,2	124,8
2.Затрати праці на 1ц приросту, люд-год.	14,6	16,71	12,95	88,7
3.Собівартість 1ц приросту птиці, грн.	497,2	510,62	564,28	113,5
4.Ціна реалізації 1ц живої маси, грн.	602,6	636,58	591,07	98,1
5.Прибуток (збиток) на 1ц живої маси, грн.	105,4	125,96	26,79	25,4
6.Рівень рентабельності (збитковості)	21,1	24,67	4,75	22,5

Дані таблиці свідчать, що середньорічна несучість однієї голови курей в 2011 році порівняно з 2009 роком збільшилась на 8,45%. Затрати праці в 2011 році зменшились порівняно з 2009 роком відповідно на 9,72%, і 22,5% що є позитивним фактором. Всьому цьому сприяє механізація та автоматизація виробничих процесів, що є головним фактором впливу на виробництво та якість продукції. Відповідно, чим краща забезпеченість господарства необхідною технікою, тим менші затрати праці на одиницю виробленої продукції. Це спричинене тим, що підприємство з кожним роком удосконалює технологію виробництва, якість продукції і тим самим займає чималі конкурентні позиції на ринку.

У довгостроковий період існує тенденція до послідовного підвищення якості продукції. Це — об'єктивний процес, спричинений дією закону зростаючих потреб [2]. Проте згадана тенденція на окремих відрізках часу не в змозі ефективно проявитися через існування специфічного взаємозв'язку обсягу пропозиції м'ясної продукції і вимог споживачів до її якості.

В умовах дефіциту, коли пропозиція відстає від попиту, вимоги до якості продукції знижуються і нерідко істотно. Водночас з насиченням ринку продукцією птахівництва її якість виступає на перший план, всезростаючі вимоги до неї поступово стають однією з основних рушійних сил виробництва.

Нами була досліджена якість продукції ВАТ «Птахокомбінат «Бершадського», де ми проаналізували одну із асортиментних груп — «Ковбаса копчена» товаровиробників ТМ «Наша ряба», ТМ «Бершадські кури», ТМ «Гаврилівські курчата» за одиничними і комплексними показниками (рис.)

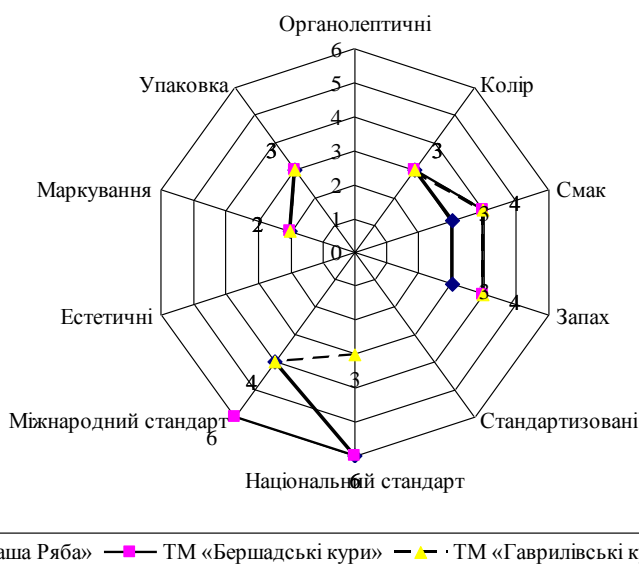


Рис. Характеристика якості «Ковбаси копченої» конкуруючих птахокомбінатів

Отже, аналізуючи побудовану гістограму, продукція підприємства ВАТ «Птахокомбінат «Бершадський» є якісною, випускається відповідно до єдиного національного стандарту якості.

Але, жорстка конкуренція між товаровиробниками продукції птахівництва все ж таки вимагає від підприємств приділяти все більшу увагу якості тим самим формуванню та підтримуванню конкурентних переваг.

Тому, що утримувати такі переваги, досліджуване нами підприємство у 2011р планує розробити і вийти на регіональні ринки з новими видами продукції.

А відтак підприємство є стійко конкурентоспроможним. Але, щоб полегшити вибір тактики конкурентної боротьби, підприємству необхідно періодично проводити детальний аналіз діяльності конкурентів, і це дасть можливість визначити їх переваги та слабкості.

Отже із наявного практичного прикладу ми бачимо, щоб збудувати стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємств по переробці сільськогосподарської продукції необхідно звернутися до одного з видів конкурентних переваг: це, або залучити замовників низькою ціною, або задовольнити більш вибагливіших клієнтів. Але поєднувати два типи переваг не можна, тому потрібно вибрати один із них.

Для того щоб задовільнити вимоги вибагливих споживачів підприємствам необхідно створювати нові види продукції які відповідали б їхнім вимогам.

Тому, досить важливу роль у виборі стратегії займає планування діяльності підприємств, до якої входить як планування випуску нової продукції, так і прогнозування її збуту.

В результаті оцінки конкурентоспроможності продукції відповідно конкурентних переваг підприємствами, на нашу думку, повинні прийматися наступні рішення:

- зміни складу сировини, яка використовуються;
- зміни порядку розробки продукції;
- зміни технології виготовлення продукції, системи контролю якості виготовлення, упаковки, зберігання, транспортування;
- зміни цін на продукцію;
- зміни порядку реалізації продукції на ринку.

Тільки в такому випадку продукція переробних підприємств досягне основної переваги, як виробництва так і реалізації продукції в порівнянні з конкуруючими підприємствами.

Конкурентні переваги підприємств не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки при постійному вдосконаленні всіх сфер діяльності, що є трудоемким та, як правило, дорогавартісним процесом.

Висновки. Отже, на основі вищесказаного, конкурентні переваги підприємств що займаються переробкою сільськогосподарської продукції можуть бути досягнуті в результаті пристосування їх до ринкових умов та вимог споживачів більше, ніж їх конкуренти. Реакція пристосування повинна обіймати сферу постачання, збуту, технологію, організаційні і майнові форми. Реалізація внутрішніх джерел переваги повинна вимагати виділення потенціалу конкурентоспроможності серед споживачів продукції

підприємств в ефективний спосіб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз переробного виробництва та резерви підвищення його ефективності: наукові записки / Вандяк Н.П.– Тернопіль: 2002р. – 125с. Економ. думка.
2. Конкурентоспроможність продукції переробного виробництва в Україні: / К.В. Галушко– К: 2002. – С.130-132. [Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. – №11].
3. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія / В.А Павлова. – Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. – 137с.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. Пособие / Р.А. Фатхутдинов. –М.: Эксмо, 2010. - 544 с.
5. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства / А.О. Шульженко. – К., 2007. –. 124с. – Економіка підприємства, №4.
6. Юданов А.Д. Конкуренція, теорія і практика: наук. посіб. / А.Д. Юданов. – М.: «Акаліс», 20010 – 385с.

Competitive advantages of the reprocessors of agricultural production will be achieved to a greater extent if they suit modern market conditions and consumers' demands. Modern reaction to market conditions must include supply, sale, technology of processing, organization and material forms.

Key words: competitive advantages, agricultural production, quality, competitiveness, consumers, poultry keeping, reprocessors.

Конкурентные преимущества предприятий которые занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции будут достигнуты в большей степени тогда, когда они будут отвечать современным рыночным условиям и требованиям потребителей. Своевременная реакция на рыночные условия должна включать поставку, сбыт, технологию переработки, организацию и формы имущества.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, сельскохозяйственная продукция, качество, конкурентоспособность, потребители, птицеводство, перерабатывающие предприятия.