



Papers on International Investment, 2003/01, Paris: OECD Publishing.

4. CLARK, S.W. 2000. Tax Incentives for Foreign Direct Investment: Empirical Evidence. *Trendy v podnikání – vědecký časopis Fakulty ekonomické ZČU v Plzni. Trendy v podnikání – Business Trends* 1/2014 64 on Effects and Alternative Policy Options. *Canadian Tax Journal*. 4, 1139-1180.

5. DUNNING, J. 1994. Re-evaluating the benefits of Foreign Direct Investment. *Transnational Corporations*. 3(1), 23-52.

6. LIPSEY, R. E. 2002. Home- and Host-Country Effects of Foreign Direct Investment. In Baldwin, R. E. & Winters, L. A. (eds.), *Challenges to Globalization: Analyzing the Economics*. Chicago: University of Chicago Press. ISBN 0-262-03615-4

7. NIKOLOVOVA, P. 2012. The Impact of FDI on the Host Economy. *CERGE-EI Working Paper Series No. 471*. Praha: CRGE-IE

8. OECD. 2002. *The Harmful Impacts of Incentives Used to Attract Foreign Direct Investment: The Challenges Facing Policy-Makers: A Practitioner's Perspective*, Paris.

9. OMAN, C. 2000. *Policy competition for Foreign Direct Investment: A Study of Competition Among Governments to Attract FDI*. OECD Development Centre, Paris.

10. STORY, L. 2012. As Companies Seek Tax Deals, Governments Pay High Price. *The New York Times*, 1.12.2012. Dostupné na internete : <http://www.nytimes.com/2012/12/02/us/how-local-taxpayers-bankroll-corporations.html>

11. ŠESTÁKOVÁ, M. 2008. *Konkurencia medzi štátmi v oblasti získavania a udržania zahraničných investícií*. Bratislava: Ekonomický ústav SAV.

12. TUHÁRSKA, E. 1998. *Investičná teória a politika*. Bratislava: Ekonóm.

13. Zákon č. 231/1999 Z.z. o štátnej pomoci v znení neskorších predpisov.

Статья отправлена: 07.11.2017 г.

© Натюрин В.Н., Щерба К.

ЦИТ: ua317-028 DOI: 10.21893/2415-7538.2017-07-3-028

УДК 338.439.5

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
COMPETITIVENESS OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE IN THE SYSTEM OF
FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

здобувач **Марчук Л.М./applicant Marchuk L.M.**

Вінницький національний аграрний університет, вул. Сонячна 3, 21008

Vinnitsia National Agrarian University, Sonyachna 3, 21008

Анотація. В роботі розглянута така категорія як конкуренція, що є однією з рушійних сил розвитку підприємства. За долею умовності визначено чотири рівні конкурентних стосунків, що подалі розписані в роботі. Окрім економічного аспекту було визначено управлінський бік конкуренції. Визначені



характерні особливості конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Аналіз концептуального інструменту вивчення основних впливів конкуренції на ринок і оцінки сили і слабкості кожного з них подано у вигляді моделі п'яти сил конкуренції. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства проструктуроване за рівнями стратегічного управління, подана у вигляді графічного матеріалу.

Ключові слова: конкуренція, рівні конкуренції, конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства, оцінка конкурентоспроможності.

Вступ.

Загальновідомо, що конкуренція в найширшому розумінні цього слова означає суперництво у будь-якій сфері між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені в досягненні однакової мети – переваги над своїми суперниками (конкурентами). З точки зору підприємства такою метою є максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Також вона є однією із рушійних сил розвитку підприємств, які займаються випуском та продажем однакової продукції. Вона відбувається постійно і виявляється у прагненні підприємств-суперників покращити свою ринкову позицію: у наступальних діях з метою отримання переваг над конкурентами та розширення власної частки ринку, а також у певних захисних заходах, до яких вдаються з метою збереження власної ніші на ринку.

Основний текст.

Сучасні визначення поняття «конкурентоспроможність», прийняті рядом міжнародних організацій у сфері економіки [1] та запропоновані окремими науковцями [1,2,3], зводяться до визначення конкурентоспроможності як здатності компаній, галузей, регіонів і держав забезпечувати порівняно високий рівень доходів і заробітної плати, залишаючись відкритими для конкуренції.

Все різноманіття конкурентних стосунків, які виникають у сфері економіки, можна з певною долею умовності поділити на чотири рівні (конкурентні поля) [4]:

- мікрорівень, об'єднуючі конкретні види продукції виробництва, підприємства;
- мезорівень – галузі і корпоративні об'єднання підприємств і фірм;
- макрорівень – народногосподарські комплекси;
- транснаціональний – світові та регіональні ринки .

Виходячи з вищенаведеного, універсально та незалежно від рівня прояву, економічну конкуренцію можна визначити, як іманентну економічному суб'єктові здатність брати участь в економічних операціях в умовах змагальності по відношенню до інших учасників ринку при зростанні доходів, розширенні виробництва, підвищенні рівня і якості життя учасників економічного процесу.

Як найбільш загальне відправне трактування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства у зовнішньоекономічній діяльності як економічної категорії, може бути використано тлумачення її як порівняльної переваги, вищої компетентності по відношенню до інших підприємств



міжнародного ринку. Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства та підприємства в цілому – це його здатність здійснювати прибуткову господарську діяльність в умовах конкурентного ринку, яка забезпечується вмілим використанням організаційно-управлінських, науково-технічних, економічних, маркетингових та інших засобів ведення ефективної господарської діяльності. Конкурентоздатними є ті сільськогосподарські підприємства, де найкраще організовано виробництво і збут товарів, ефективніше управління фінансами.

Окрім названого економічного аспекту конкурентоспроможності варто виділяти управлінський її бік. При цьому варто зазначити одну важливу обставину: конкурентоспроможність не є іманентною властивістю підприємства, тобто конкурентоспроможність конкретного підприємства може бути виявлена або оцінена лише в рамках групи підприємств, які відносяться до однієї галузі, або підприємств, що випускають товари-субститути.

Теоретичне пізнання суб'єктів конкурентної боротьби і характеристик конкурентоспроможності дозволяє чіткіше охарактеризувати склад елементів зовнішньоекономічної діяльності та виявити взаємозв'язки між ними. Це, в свою чергу, допомагає обґрунтувати ефективні підходи до аналізу конкурентоспроможності залежно від конкретного конкурентного поля, що відкриває додаткові можливості розкриття наявних резервів і визначення стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності. Воно є важливим у зв'язку із складністю конкурентного поля та взаємозв'язків між суб'єктами конкуренції на різних рівнях.

Отже, для поняття «конкурентоспроможність» характерні такі властивості:

- багаторівневність проявів та реалізації і, відповідно, відмінність підходів до оцінки та аналізу конкурентоспроможності на різних її рівнях;
- багатоаспектність, внаслідок різного розуміння характеристик конкурентоспроможності навіть в межах одного рівня;
- відносність, яка виявляється в тому, що об'єкт, який конкурує на одних ринках, не буде конкурентоспроможним на інших.

Зазначимо, що інтенсивність конкуренції посилюється у таких випадках:

- із входженням на ринок нових підприємств та збільшенні їх розмірів;
- при статичності попиту на певний вид продукції чи уповільненні його зростання;
- із зростанням обсягів продажів інших учасників ринку;
- коли витрати закриття бізнесу (виходу із ринку) є більшими чим витрати у разі продовження його знаходження в галузі;
- коли у споживачів не існує суттєвих обмежень для зміни преференцій щодо продукції того чи іншого виробника.

Ґрунтуючись на аналізі різних підходів до розуміння конкурентоспроможності, в науковій економічній літературі, конкурентоспроможність підприємства, на нашу думку, необхідно розуміти як комплексну характеристику підприємства, яка відображає ступінь відповідності його власного розвитку суспільним потребам. Рівень конкурентоспроможності визначається на основі аналізу різних аспектів виробничо-господарської



діяльності (конкурентоспроможність продукції, ефективність виробничої, фінансової і маркетингової діяльності) з виділенням самостійного управлінського аспекту (рівень управління конкурентоспроможністю, наявність відповідної системи механізму), що, власне, і дозволяє визначити «сильні» сторони підприємства в економічному змаганні і знайти спосіб створення переваг перед конкурентами.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства – це його реальна та потенційна здатність в реальних умовах проектувати, виробляти та реалізовувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками привабливіші для споживачів, чим продукція їх конкурентів. При цьому особлива роль належить здатності максимально використовувати наявний потенціал успішних дій. Рівень конкурентоспроможності підприємства полягає в можливості адекватної реакції підприємства на реальні та потенційні дії конкурентів. Іншими словами, конкурентоспроможність підприємства – це, перш за все, його потенціал, який може бути ще не реалізованим повністю. Звідси витікають важливість і актуальність для вітчизняних підприємств управлінського аспекту забезпечення конкурентоспроможності, що означає формування адекватного механізму управління нею у зовнішньоекономічній діяльності. Цим обґрунтовується необхідність створення системи управління конкурентоспроможністю, в однаковому степені спрямованій на забезпечення інтересів підприємства і на внутрішньому, і зовнішньому ринках. Концептуальна єдність цих прямопротилежних векторів зумовлена ідентичним за змістом впливу (але не за інтенсивністю) факторів [5].

Зокрема, система управління конкурентоспроможністю повинна складатися із зовнішнього та внутрішнього сегментів. Завдання першого полягає у формуванні інформаційної бази проведення стратегічного аналізу на основі дослідження: а) загального стану економіки; б) можливостей конкурентів; в) можливостей для залучення інвестицій в розвиток підприємства; г) оцінці стану науково-технічного прогресу. Завдання другого – в інформаційному забезпеченні процесу розробки конкурентної стратегії шляхом здійснення контролю за: а) реалізацією маркетингової стратегії; б) організацією та ефективністю виробництва; в) практикою обслуговування споживачів; г) якістю виробленої продукції.

Важливим для розуміння та аналізу поняття конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку є модель «п'яти сил конкуренції», запропонована Портером М. (рис.1.). Вона є цінним концептуальним інструментом вивчення основних впливів конкуренції на ринок і оцінки сили і слабкості кожного з них.

Крім цього, вихідними параметрами для формування рівня конкурентоспроможності підприємства є ряд внутрішніх та зовнішніх чинників, які у своїй сукупності впливають на економічний ефект від виробництва продукції. До внутрішніх чинників відносяться ті, що визначають рівень витрат виробництва і збуту: а) рівень продуктивності праці; б) технологічний чинник (технічний рівень продукції і параметри технології виробництва); в) фінансування.

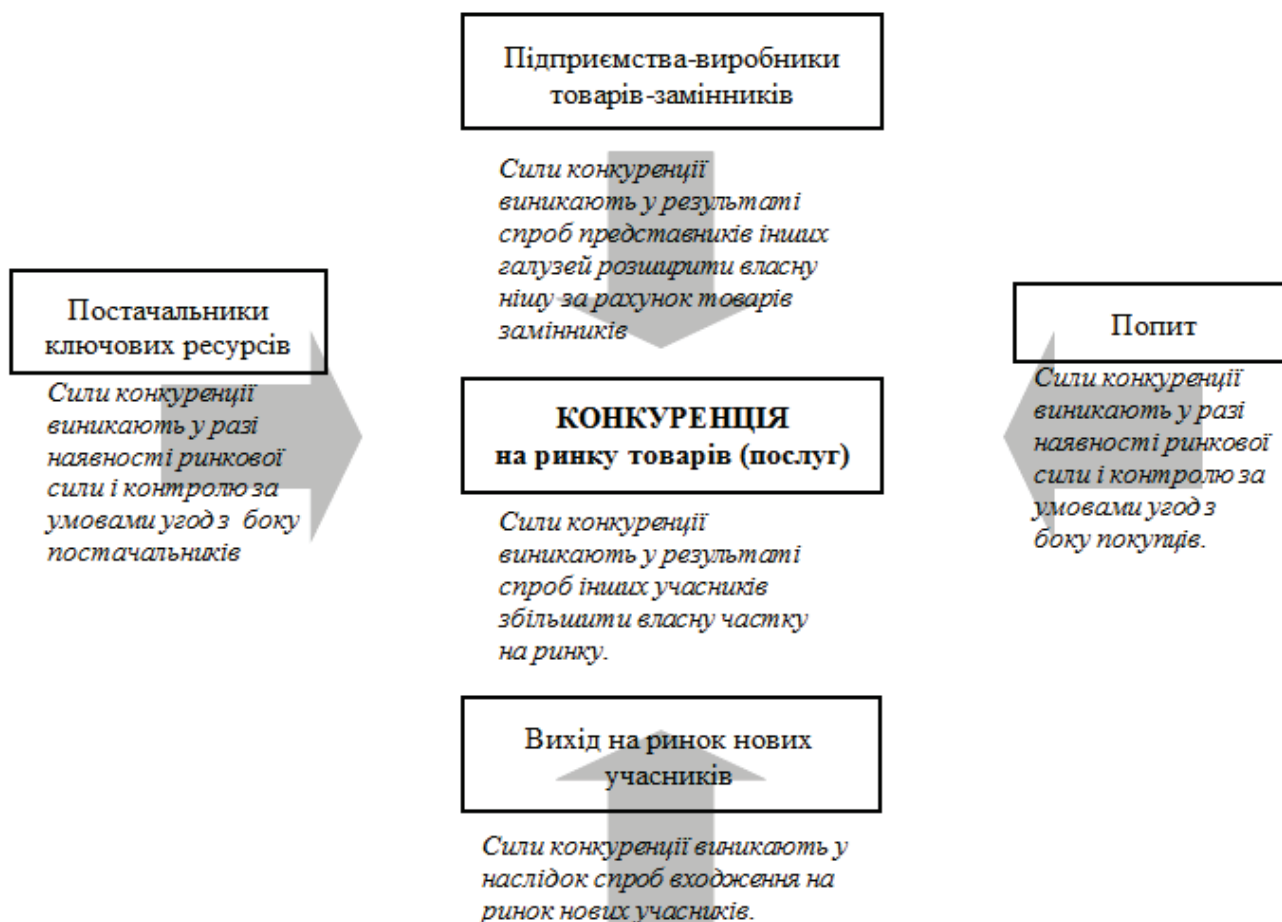


Рис. 1. Модель п'яти сил конкуренції за Портером М.

Джерело: [2]

Так, конкуренція на ринку формується внаслідок дії п'яти факторів:

- суперництва між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- потенціалу входження в галузі нових фірм;
- спроб підприємств інших галузей залучити покупців даної галузі на бік своїх товарів-замінників;
- ринкової сили та контролю за умовами угоди з боку постачальників ресурсів;
- ринкової сили та контролю за умовами угоди з боку покупців продукції [6,7].

Наведені чинники досить довгий час були основними у формуванні конкурентної стратегії підприємства як на внутрішньому, так і на інтернаціональному рівнях. У даному випадку забезпечення конкурентоспроможності підприємства може бути структуроване за рівнями стратегічного управління (оперативний, тактичний і стратегічний), та забезпечене власними критеріями та методами оцінки конкурентоспроможності підприємства (рис.2).

Варто зазначити, що у контексті конкурентоспроможності підприємства їх значення є лише відносним – щодо витрат виробництва і збуту одного підприємства до витрат іншого. Тому успіх в міжнародній конкуренції



Рис. 2 Забезпечення та оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі «виробничих» чинників досягнення конкурентних переваг.

Джерело: (власна розробка).

визначають не стільки самі чинники виробництва, скільки те, де і наскільки продуктивно вони застосовуються. Тому серед внутрішніх чинників найважливішу роль грає рівень якості управління компанією, вміння ефективно здійснювати ділові операції в умовах постійних змін на ринку.

Заклучення та висновки. Авторська позиція полягає в тому, що в умовах глобалізації і становлення інформаційного суспільства конкурентоспроможність підприємства визначається спільною дією трьох чинників: а) фінансового стану; б) стійкості функціонування; в) ступеню розвитку виробничих систем підприємства, кожен з яких може бути оцінено відповідним інтегральним показником. Підприємство є конкурентоздатним на товарних ринках і ринках факторів виробництва за умови, що кожен з інтегральних показників знаходиться в допустимих межах, які визначаються характером виробничої системи підприємства, бізнес-середовища.

Визначено, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства є перетином усіх засад організації фінансово-господарської діяльності, оскільки тут поєднується їх спільна мета – досягнення максимальної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Проте принципи формування системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства є лише основою для формування механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, про що мова піде у наступному підрозділі.

Література:

1. World competitiveness yearbook [Електронний ресурс] / IMD Bussiness



School. – 2011. – Режим доступу:

<http://www.imd.org/research/publications/wcy/index.cfm>

2. Reports [Електронний ресурс] | World Economic Forum/ – 2011/ – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports>

3. Stonehouse G. Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness / G. Stonehouse, B. Snowden // Journal of Management Inquiry. – 2007. – vol. 16 – № 3. – p.p. 256-273.

4. Wixted B. Innovation System Frontiers / B. Wixted. - Springer Berlin Heidelberg. - 2009. - p.p. 59-87.

5. Porter M. How Competitive Forces Shapes Strategy / M. Porter // Harvard Business Review. – №2. – p. 137-145.

6. Porter M. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction / M. Porter. – N.Y.: The Free Press, Palgrave Tenth Edition, 1998. – 855 p.

7. Томпсон А., Формби Д. Экономика фирмы: Пер. с англ. — М.: ЗАО “Издательство БИНОМ”, 1998.

Abstract

In this paper, such category as the competition researched. Company competition, or competitiveness, pertains to the ability and performance of an agricultural firm, sub-sector or country to sell and supply agricultural goods and services on a grain market, in relation to the ability and performance of other firms, sub-sectors or countries in the same market.

Competition defined as one of the driving forces of the enterprise development. There are four levels of competitive relations that are further described in the research. In addition to the economic aspect of the competition, managerial side has been identified. The characteristic features of competitiveness of an agricultural enterprises are determined.

Analysis of the conceptual study instrument of the main effects of competition on the market and assessing the strength and the weakness of each of them is presented as a model of five forces of competition. Ensuring the competitiveness of the enterprise is structured according to levels of strategic management, presented in graphical form of the material.

Key words: competition, levels of the competition, competitiveness of an agricultural enterprise, evaluation of the competitiveness.

References:

1. World competitiveness yearbook / IMD Business School. – 2011 online <http://www.imd.org/research/publications/wcy/index.cfm>

2. Reports World Economic Forum/ – 2011 online / <http://www.weforum.org/reports>

3. Stonehouse G. Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness / G. Stonehouse, B. Snowden // Journal of Management Inquiry. – 2007. – vol. 16 – № 3. – p.p. 256-273.

4. Wixted B. Innovation System Frontiers / B. Wixted. - Springer Berlin Heidelberg. - 2009. - p.p. 59-87.

5. Porter M. How Competitive Forces Shapes Strategy / M. Porter // Harvard Business Review. – №2. – p. 137-145.

6. Porter M. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction / M. Porter. – N.Y.: The Free Press, Palgrave Tenth Edition, 1998. – 855 p.

7. Tomson A., Formbi D. Ekonomika firmy: perevod s angl.-M.:ZAO “Izdatel’stvo BINOM”, 1998.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Буреннікова Н.В.

стаття відправлена 06.10.2017

©Марчук Л.М.