

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

METHODOLOGICAL ASPECTS OF ASSESSING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF AGRICULTURAL PRODUCERS ON THE WORLD MARKET

У статті досліджено методичні аспекти оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку. Зокрема, приділено увагу розгляду класичних методів оцінки конкурентних переваг підприємства. Також, надано авторську методику оцінки конкурентних переваг досліджуваних суб'єктів.

Ключові слова: виробники сільськогосподарської продукції, конкурентні переваги, світовий ринок, методи оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

В статье исследованы методические аспекты оценки конкурентных преимуществ производителей сельскохозяйственной продукции на мировом рынке. В частности, уделено внимание рассмотрению классических методов оценки конкурентных преимуществ предприятия. Также, предоставлено авторскую мето-

дику оценки конкурентных преимуществ исследуемых субъектов.

Ключевые слова: производители сельскохозяйственной продукции, конкурентные преимущества, мировой рынок, методы оценки конкурентных преимуществ, алгоритм оценки конкурентных преимуществ производителей сельскохозяйственной продукции на мировом рынке.

In the article the methodological aspects of evaluation of the competitive advantages of agricultural producers on the world market. In particular, paid attention review to classical methods for assessing competitive advantage. Also, submitted the author's methodology for assessing the competitive advantages of investigated subjects.

Key words: agricultural producers, competitive advantages, global market, methods of evaluating competitive advantage, the algorithm of estimates the competitive advantages of agricultural producers on the world market.

УДК 338.314

Федосєєва Г.С.

к.е.н., доцент, докторант
Миколаївський національний
аграрний університет

Постановка проблеми. Дослідження теоретичних та методологічних засад формування конкурентних переваг підприємства дало змогу зробити висновок, що ефективна реалізація та, тим паче, стійкість сформованої конкурентної переваги визначається, в тому числі, і якістю оцінки нової конкурентної переваги на етапі формування та на етапі впровадження. Саме тому, проблема оцінки конкурентних переваг є однією з визначальних в практичній діяльності підприємства, особливо в умовах його функціонування на світовому ринку. Стосується дане питання і виробників сільськогосподарської продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання присвячені розгляду особливостей оцінки конкурентних переваг суб'єктів різних рівнів розглядаються в працях вітчизняних та іноземних науковців, в тому числі О.Ю. Дубікової, М. Портера, Р.А. Фатхутдинова, Л.Н. Чайнікової, А.Ю. Юданова, А.І. Піддубної та ін. Особливості формування та оцінки конкурентних переваг в аграрному секторі досліджували К.В. Діхтяренко, О.В. Митяй, Н.А. Стельмащук, М.А. Терещенко, Л. Целикова та ін. Разом з тим, проблеми оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку потребують подальшого дослідження з огляду на динаміку розвитку торгових процесів в світовому сільському господарстві.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження існуючих підходів до оцінки конкурентних переваг підприємства та обґрунтування власної позиції щодо особливостей оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу. Встановлено існування значної кількості методичних підходів до оцінки конкурентних переваг підприємства. При чому, дані підходи акцентують свою увагу на різних аспектах діяльності підприємства: оцінка на основі внутрішніх факторів діяльності, оцінка на основі зовнішніх факторів діяльності, оцінка на основі конкурентоспроможності продукції, оцінка на основі конкурентного потенціалу та ін. Зазначені підходи варіюються залежно від рівня розвитку країни походження науковця, що сформував підхід; залежно від часу та типу економічної системи в якій працював науковець; залежно від того, для яких підприємств розроблювався даний підхід (галузь, розмір); залежно від вимог розвитку суспільства та ін. Разом з тим, на думку Б. Карло, М. Мескон, М. Альберт та Ф. Ходоури, практично всі із існуючих методів мають досить загальний і теоретичний характер. Саме тому проблема пошуку оптимальної для використання виробниками сільськогосподарської продукції методики оцінки конкурентних переваг на світовому ринку є актуальною.

Серед класичних методів оцінки конкурентних переваг підприємства, що є загальними та не враховують особливості діяльності підприємства, але показали свою життєздатність на практиці, слід виділити модель Портера, PEST-аналіз, STEP-аналіз, GETS-аналіз, модель БКГ, модель «Мак-Кінсі», фінансово-економічний метод, метод маржинального аналізу, SWOT-аналіз, метод PIMS, бенчмаркінг, метод картування стратегічних груп, квантовий вимір досягнень, метод LOTS, метод

експертного оцінювання, метод збалансованої системи показників, «Бортове табло» та ін.

Дослідження методичних підходів до оцінки конкурентних переваг підприємств, що здійснюють сільськогосподарську діяльність дало змогу визначити, що основними етапами оцінки є: оцінка зовнішнього середовища підприємства, оцінка внутрішнього середовища підприємства, оцінка конкурентоспроможності продукції виробленої підприємством, оцінка конкурентної позиції підприємства.

Вважаємо, що для якісної оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку доцільно: по-перше, застосовувати декілька класичних методів оцінки; по-друге, акцентувати увагу на специфічних методах, при застосуванні яких можна врахувати особливості сільськогосподарської діяльності та особливості функціонування світового ринку.

На нашу думку, оцінка конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку повинна проводитися на мега-, макро-, мезо- та макрорівні. Разом з тим, виявлено, що наразі не існує загально визнаної системи показників оцінки суб'єктів господарювання різних рівнів. Адже, ті системи показників, які виокремлюють окремі фахівці є лише їх експертним уявленням, що базується на досвіді та цілях дослідження. Враховуючи зазначене, пропонуємо авторську версію методики оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

1. Оцінка конкурентних переваг країни на світовому ринку сільськогосподарської продукції:

- оцінка міжнародної конкурентоспроможності країни (Індекс глобальної конкурентоспроможності, Індекс легкості ведення бізнесу, Індекс розвитку людського потенціалу, Індекс економічної свободи);

- оцінка позиції країни на світовому ринку сільськогосподарської продукції (зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією, зовнішньоекономічна політика, державна аграрна політика, міжнародна співпраця);

- оцінка інвестиційно-інноваційної активності країни (інвестиційна привабливість, розвиток іноземного інвестування, державна науково-технічної та інноваційна політика, розвиток інноваційної інфраструктури).

2. Аналіз конкурентоспроможності сільського господарства країни:

- оцінка місця галузі в економіці країни (валова продукція сільського господарства, зайнятість, інвестиційна привабливість, матеріально-технічне забезпечення);

- оцінка ступеню інноваційності галузі (витрати, інноваційні проекти, інфраструктурно-логістичне забезпечення інноваційної діяльності);

- оцінка економічного потенціалу галузі (виробничо-господарський елемент потенціалу, ресурсний елемент потенціалу, підприємницький елемент потенціалу).

3. Оцінка конкурентних переваг регіону на національному та світовому ринках сільськогосподарської продукції:

- оцінка ресурсозабезпеченості (земельні ресурси, трудові ресурси, фінансові ресурси);

- оцінка інфраструктурного забезпечення (логістична інфраструктура, інфраструктура товарного ринку, інноваційна інфраструктура);

- оцінка інвестиційного та підприємницького клімату (соціально-економічний розвиток регіону, інвестиційний клімат, підприємницьке середовище).

4. Оцінка конкурентних переваг виробника сільськогосподарської продукції на внутрішньому та світовому ринку:

- оцінка конкурентоспроможності продукції (якість, ціна, маркетинговий елемент конкурентоспроможності);

- оцінка виробничо-господарської діяльності (система управління, виробництво, зовнішньоекономічна діяльність, ефективність діяльності);

- оцінка ресурсного потенціалу (земельні ресурси, фінансові ресурси, матеріально-технічне забезпечення, трудові ресурси).

5. Визначення рівня конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

6. Оцінка відставань на мега-, макро-, мезо-, макрорівні.

7. Прийняття рішення про розробку, запровадження нових конкурентних переваг та посилення існуючих.

Отже, оцінка конкурентних переваг країни на світовому ринку сільськогосподарської продукції включає в себе, в першу чергу, загальну оцінку розвитку країни, починаючи від визначення рівня її конкурентоспроможності міжнародними організаціями і установами, та закінчуючи розвитком інвестиційної та інноваційної діяльності в країні. Звичайно всі наведені показники, є лише коротким описом розвитку країни, але на наш погляд, вони є визначальними при оцінці її конкурентних переваг.

Попередньо встановлено, що сільське господарство в Україні є бюджетоутворюючою галуззю. Разом з тим, конкурентоспроможність галузі визначається не лише її вкладом у валовий внутрішній продукт, а і низкою інших чинників, серед яких: рівень державної підтримки, інвестиційна привабливість, ресурсозабезпеченість, інноваційність та ін.

Вважаємо, що рівень конкурентних переваг досліджуваних суб'єктів напряму залежить від їх місце розташування. Від так, необхідним є оцінка конкурентних переваг регіону на національному та світовому ринках сільськогосподарської продукції. Отже, для визначення конкурентних

переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку доцільно проаналізувати не лише загальні показники соціально-економічного розвитку регіону, в якому розташовані підприємства, а і ресурсозабезпеченість даного регіону, його інфраструктуру, інвестиційний та підприємницький клімат.

При оцінці конкурентних переваг самого суб'єкта господарської діяльності слід окрему увагу звернути на його виробничо-господарську діяльність, ресурсний потенціал та конкурентоспроможність продукції. Вважаємо, що лише ті виробники сільськогосподарської продукції, що є конкурентоспроможними на національному ринку мають шанси здобути стійкі конкурентні переваги і на світовому ринку сільськогосподарської продукції.

Таким чином, дослідивши основні фактори конкурентоспроможності та конкурентних переваг країни, галузі, регіону і самого підприємства можна достовірно визначити рівень конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку. Разом з тим, для обґрунтування заходів направлених на посилення існуючих конкурентних переваг досліджуваних підприємств та розробку і ефективно впровадження нових конкурентних переваг, необхідним є виявлення не лише позитивних сторін діяльності, а і параметри відставань від найбільших конкурентів. Від так, п'ятим етапом авторської методики є оцінка відставань на мега-, макро-, мезо-, макрорівні. Дана оцінка повинна проводитися методом порівняння та зіставлення власних конкурентних переваг з показниками функціонування конкурентів

Варто зазначити, що при розробці даної методики ми підтримуємо думку тих авторів, які наполягають на тому, що якісна оцінка конкурентних переваг суб'єкта лежить в основі аналізу його конкурентоспроможності, але виявлення лише конкурентних переваг не дає змоги повністю оцінити суб'єкта, для цього необхідно виявити ще й його відставання від конкурентів.

Вважаємо, що основною метою проведеного аналізу є обґрунтування заходів направлених на посилення існуючих конкурентних переваг та визначення напрямів розробки, ефективного впровадження та підтримки нових конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

Висновки з матеріалу дослідження. Отже, вивчення існуючих теоретичних, методичних та методологічних напрацювань дозволило нам розробити власну методику оцінки конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку з виокремленням, етапів даного процесу та основних груп показників оцінки. Крім того, встановлено, що результатом запропонованої методики є не стільки, і не тільки, виявлення рівня конкурентних переваг досліджу-

ваних суб'єктів, скільки можливість розробки за результатами оцінки конкретних практичних заходів направлених на посилення існуючих та розробку і впровадження нових конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
3. Митяй О.В. Наукові підходи до конкурентоспроможності галузей АПК / О.В. Митяй // Проблеми та перспективи економіки і управління. – Електронний ресурс. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
4. Побережець Н.Б. Оцінка конкурентоспроможності олійної галузі України на світовому ринку / Н.Б. Побережець // Вісник Харківського НАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економіка АПК і природокористування» – 2009. – № 11. – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vkhnau_ekon/2009_11/pdf/11_43.pdf
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. В.Д. Щетина – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
6. Царенко О.В. Методологічні аспекти формування конкурентних переваг галузі / О.В. Царенко // Інвестиції: практика та досвід. – № 2009. – № 3. – С. 40-44.
7. Чайникова Л.Н. Методологічні та практичні аспекти оцінки конкурентоспроможності регіону: монографія / Л.Н. Чайникова. – Тамбов: Вид-во Тамб. держ. техн. ун-ту, 2008. – С. 125-130.

REFERENCES:

1. Karlof B. Delovaya strategiya / B. Karlof ; per. s anhl. – M. : Ekonomika, 1991. – 239 s.
2. Meskon M. Osnovi menedzhmenta / M. Meskon, M. Al'bert, F. Khedoury ; per. s anhl. – M. : Delo, 1992. – 702 s.
3. Mytyay O.V. Naukovi pidkhody do konkurentospromozhnosti haluzey APK / O.V. Mytyay // Problemy ta perspektyvy ekonomiky i upravlinnya. – Elektronnyy resurs. – Rezhym dostupu: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
4. Poberezhets' N.B. Otsinka konkurentospromozhnosti oliynoyi haluzi Ukrayiny na svitovomu rynku / N.B. Poberezhets' // Visnyk Kharkivs'koho NAU im. V.V. Dokuchayeva. Seriya «Ekonomika APK i pryrodokorystuvannya» – 2009. – No 11. – Elektronnyy resurs. – Rezhym dostupu : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vkhnau_ekon/2009_11/pdf/11_43.pdf
5. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurentsya / M. Porter; per. s anhl. V.D. Shchetyna – M.: Mezhdunarodnie otnosheniya, 1993. – 896 s.
6. Tsarenko O.V. Metodolohichni aspekty formuvannya konkurentnykh perevah haluzi / O.V. Tsarenko // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. – No 2009. – No 3. – S. 40-44.
7. Chaynykova L.N. Metodolohichni ta praktychni aspekty otsinky konkurentospromozhnosti rehionu: monohrafiya / L.N. Chaynykova. – Tambov: Vyd-vo Tamb. derzh. tekhn. un-tu, 2008. – S. 125-130.