

## **Підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства аграрних підприємств**

**Постановка проблеми.** Актуальність проблеми конкурентоспроможності продукції скотарства особливо зросла після вступу України до СОТ та виходу на ринки ЄС. Переміщення значної частки виробництва молока і м'яса з сільськогосподарських підприємств у господарства населення призвело до зниження конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках молочної й м'ясної продукції, зробило проблематичним досягнення її якості згідно з вимогами СОТ та ЄС. Тому розробка комплексу науково обґрунтованих економіко-організаційних заходів підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства мають стати пріоритетним завданням як для суб'єктів господарювання цієї галузі так і для представників влади. Разом із тим проблема побудови системи управління конкурентоспроможністю продукції скотарства суттєво ускладнюється через відсутність ефективної методики її оцінки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Конкурентоспроможність продукції визначається її конкурентними перевагами [3, с. 54]. Поняття конкурентної переваги відображає ті характеристики й властивості продукції, які формують для підприємства певну перевагу над його прямими конкурентами. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності продукції та конкурентних переваг досить детально висвітлені у публікаціях зарубіжних науковців – М. Портера [7], С. Прагалада [8], Р.С. Рассела [9]. Питання методів оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції викладені у

працях М.М. Ільчука й І.А. Коновала [2], О.Г. Янкового [1] та інших.

Незважаючи на значну кількість наукових праць з вказаної тематики деякі аспекти залишаються дискусійними й потребують подальшого дослідження.

**Мета статті** – удосконалення методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності продукції скотарства в аграрних підприємствах України для підвищення ефективності управління нею.

**Виклад основних результатів дослідження.** Для оцінки конкурентоспроможності продукції скотарства за багатьма (більше трьох) показниками доцільно використовувати аналітичні методи. Оцінка показників при цьому проводиться зіставленням їхніх значень щодо продукції підприємства з показниками продукції конкурента (базовим або еталонним зразком). Для оцінки конкурентоспроможності продукції використовують систему показників, на основі яких і розраховують інтегральний показник.

Визначення рівня конкурентоспроможності продукції скотарства сільськогосподарських підприємств України проводилося нами за дев'ятьма показниками: 1) продуктивність тварин, т/гол.; 2) повна собівартість 1 т реалізованої продукції, грн/т; 3) ціна реалізації 1 т продукції, грн/т; 4) частка ринку, %; 5) прибуток із розрахунку на 1 т реалізації продукції, грн/т; 6) частка реалізованої продукції високої якості (для молока – гатунок «екстра» та вищого гатунку, для продукції вирощування на м'ясо – тварини першої категорії вгодованості), %; 7) рівень рентабельності продукції, %;

8) рівень спеціалізації, %; 9) темп росту обсягів виробництва продукції, % [6].

Індекс конкурентоспроможності продукції скотарства аграрних підприємств окремих регіонів України визначали за методикою Н.О.Лисенка [4] за формулою:

$$K_d = \left( \frac{1}{2} \sum_{i=1}^{n-1} d_i d_{i+1} w_i w_{i+1} \times \sin \frac{2\pi}{n} + d_n d_1 w_n w_1 \times \sin \frac{2\pi}{n} \right) / n \quad (1)$$

де  $K_d$  – індекс конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства;

$d_i$  – величина  $i$ -го показника конкурентоспроможності;

$w_i$  – вага  $i$ -го показника конкурентоспроможності у їх загальному ряду;

$n$  – кількість показників конкурентоспроможності.

Одиничний показник конкурентоспроможності розраховують за формулою:

$$d_i = (z_i / z_{io})^{\alpha_i} \times 100\%, \quad (2)$$

де  $d_i$  – одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по  $i$ -му параметру ( $i = 1, 2, 3 \dots n$ );

$z_i$  – величина  $i$ -го параметра для продукції, що аналізується;

$z_{io}$  – величина  $i$ -го параметра, за якого потреба задовольняється повністю;

$n$  – кількість параметрів.

$\alpha_i = 1$ , якщо збільшення параметра  $z_i$  сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції (наприклад, вміст білка та жиру в молоці, ціна 1 т, прибуток із розрахунку на 1 т, вихід молока на 1 грн витрат тощо);

$\alpha_i = -1$ , якщо збільшення параметра  $z_i$  сприяє зниженню конкурентоспроможності продукції (наприклад, вміст соматичних клітин у молоці, собівартість 1 т тощо);

Оскільки індекс конкурентоспроможності є відносною величиною, яка може змінюватися для продукції одного й того самого підприємства залежно від кількості взятих параметрів (показників) для оцінки її конкурентоспроможності, то для визначення досягнутого рівня конкурентоспроможності продукції в досліджуваному підприємстві необхідно розрахувати індекс конкурентоспроможності також для продукції, що є базою порівняння.

Для визначення рівня потенційної конкурентоспроможності продукції конкретного підприємства порівняно з підприємством-

базою порівняння нами вводиться показник «Рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності», який визначається як відсоткове відношення індексу конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства до індексу конкурентоспроможності продукції підприємства – бази порівняння за формулою:

$$R = K_d / K_{баз} * 100\% \quad (3)$$

За базу порівняння в процесі дослідження було прийнято гіпотетичне підприємство, яке мало такі показники конкурентоспроможності продукції скотарства, які дорівнюють максимальним середнім показникам по сільськогосподарських підприємствах областей.

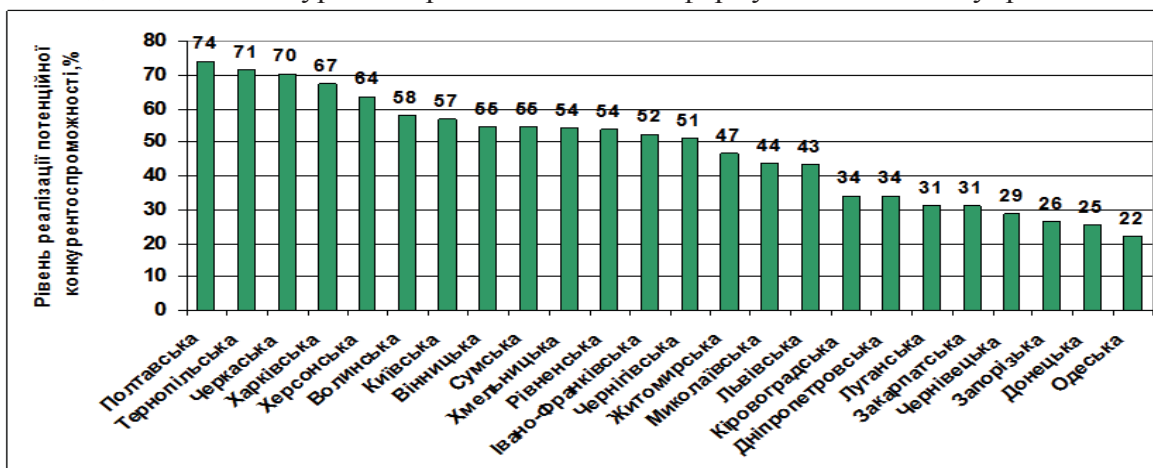
Результати досліджень показали, що високим рівнем конкурентоспроможності молока відзначаються сільськогосподарські підприємства Полтавської, Черкаської, Тернопільської й Харківської областей, які досягли найвищих індексів конкурентоспроможності – від 26,0 до 30,4. Рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності у підприємствах цих областей досить високий і становить – відповідно 73,9, 70,4, 71,3 та 67,3% (рис. 1).

Низьким рівнем конкурентоспроможності молока відзначаються сільськогосподарські підприємства Чернівецької, Запорізької, Донецької й Одеської областей, які досягли найнижчих індексів конкурентоспроможності – від 9,0 до 11,9.

На сучасному етапі найважливішими проблемами ринку молока в Україні є недостатність його пропозиції та переважною мірою низька конкурентоспроможність і якість молока. У 2015 році сільськогосподарськими підприємствами України реалізовано молока гатунку «екстра» лише 10,3%, вищого – 35,2 й першого – 49,6% від загального обсягу [5]. У 2016 році в сільськогосподарських підприємствах Київської, Черкаської та Чернігівської областей було вироблено молока гатунку «екстра» близько половини від його загального обсягу, у Сумській – 31%, у Харківській – 19,7, у Дніпропетровській – 16,9, у Миколаївській – 15,5, у Полтавській – 11, у Тернопільській – 8,7, у Вінницькій – 8, у Волинській – 4,4%. У решті областей України молоко гатунку екстра

взагалі не виробляють. Тому основним напрямом підвищення конкурентоспроможності

молока є поліпшення його якості на основі формування системи управління нею.



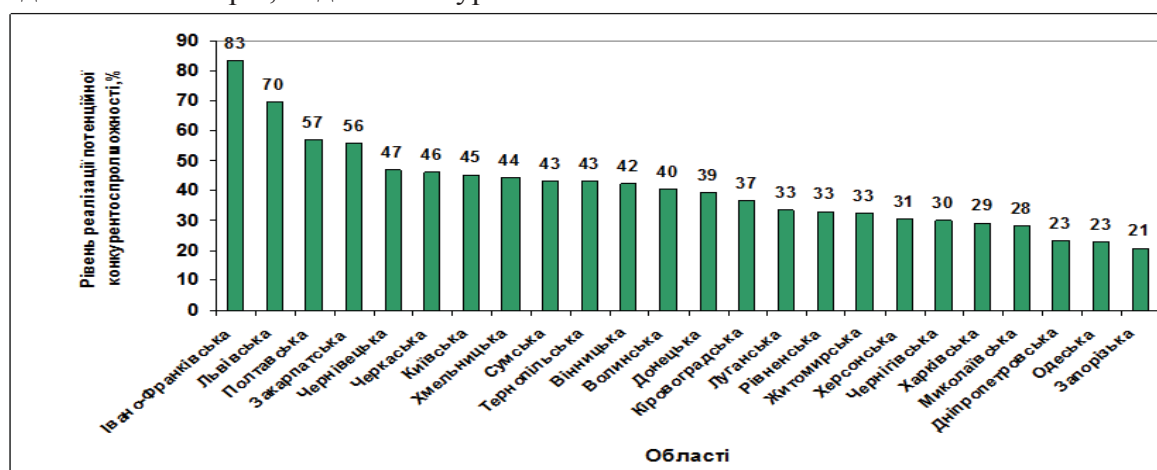
**Рис. 1. Рейтинг областей за рівнем реалізації потенційної конкурентоспроможності молока аграрних підприємств, 2015 р.**

Джерело: Розроблено автором.

У результаті досліджень на основі статистичних групувань встановлено позитивну залежність рівня конкурентоспроможності продукції скотарства від продуктивності тварин, концентрації виробництва продукції, природно-кліматичних умов. Так, якщо у підприємствах із річним надоєм до 3500 кг молока від корови індекс конкурентоспроможності й рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності становили відповідно 12,6 і 30,8%, то у підприємствах із річним надоєм понад 8000 кг молока величини цих показників становили відповідно 31,8 і 77,4%. У підприємствах, які утримували до 200 гол. корів, індекс конкурентоспроможності

молока становив 15,6, рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності – 38,1%, а в тих, де поголів'я корів становило від 1000 до 1500 корів, ці показники дорівнювали відповідно 29,9 та 73,0%.

Високим рівнем конкурентоспроможності продукції вирощування великої рогатої худоби на м'ясо відзначаються сільськогосподарські підприємства Івано-Франківської, Львівської, Полтавської, Закарпатської й Чернівецької областей. Вони досягли найвищих індексів конкурентоспроможності та рівнів реалізації потенційної конкурентоспроможності – від 56,0 до 83,4% (рис. 2).



**Рис. 2. Рейтинг областей за рівнем реалізації потенційної конкурентоспроможності продукції вирощування великої рогатої худоби на м'ясо аграрних підприємств, 2015 р.**

Джерело: Розроблено автором.

Низьким рівнем конкурентоспроможності продукції вирощування великої рогатої худоби на м'ясо відзначаються сільськогосподарські підприємства Миколаївської, Дніпропетровської, Одеської й Запорізької областей в яких рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності становив лише від 20,7 до 28,1%. Встановлено, що в сільськогосподарських підприємствах, які знаходяться у степовій зоні, виробляється в цілому менш конкурентоспроможна продукція скотарства порівняно з підприємствами, які розміщені на Поліссі та в Лісостепу. Так, якщо у підприємствах Степу індекс конкурентоспроможності продукції вирощування великої рогатої худоби на м'ясо становив 19,3 і рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності – 47,1%, то в поліських і лісостепових підприємствах ці показники дорівнювали відповідно 22,2 й 23,2 та 53,9 і 56,5%.

Результати досліджень показують, що в підприємствах, які утримували до 500 гол. молодняку ВРХ та тварин на відгодівлі, індекс конкурентоспроможності продукції, вирощування становив 14,2, а рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності – 34,7%; у підприємствах із поголів'ям молодняку від 1000 до 1500 гол. ці показники дорівнювали відповідно 18,7 і 45,7%.

**Висновки.** Аналітичний метод оцінювання конкурентоспроможності продукції скотарства уможливило розрахувати інтегральний показник на основі системи показників (річна продуктивність тварин, частка ринку, темпи росту частки ринку, повна собівартість та ціна реалізації 1 т продукції, частка реалізованої продукції високої якості, рівень рентабельності тощо), аналіз яких дає змогу сформулювати конкретні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропонована методика оцінки рівня конкурентоспроможності продукції може бути використана для вибору ефективних шляхів її підвищення.

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства в сільськогосподарських підприємствах України є: розробка й реалізація заходів щодо гармонізації законодавства у сфері гігієни продуктів харчування та наближення до законодавства ЄС у сфері відстеження харчового ланцюга "від лану до столу"; перехід на сучасні технології утримання корів, доїння і вчасного охолодження молочної сировини; будівництво та реконструкція великих сучасних молочних комплексів; удосконалення кормовиробництва й зміцнення кормової бази; сприяння розвитку інтеграційних процесів у молокопродуктовому підкомплексі країни тощо.

### Список використаних джерел

1. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [моногр. ; за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції: моногр. / М.М. Ільчук, І.А. Коновал, І.В. Мельникова та ін. – К.: Вид-во ТОВ «Агар Медіа Груп», 2015. – 322 с.
3. *Легеза Д.Г.* Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських підприємств: моногр. / Д.Г. Легеза . – К.: ННЦ «ІАЕ», 2011. – 396 с.
4. *Лисенко Н.* Методи оцінки конкурентоспроможності продукції м'ясопереробних підприємств / Н.Лисенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №1 (77). – С.61-68.
5. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2015 р.: стат. бюлетень // Державна служба статистики України; відповід. за вип. О.М. Прокопенко. – К., 2015. – 30 с.
6. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2015 рік : стат. бюлетень // Державна служба статистики України ; відповід. за вип. О.М. Прокопенко. – К., 2016. – 52 с.
7. *Porter M.* Competitive Advantages. Creating and sustaining Superior Performance /M. Porter. – New York: Free Press, 1985. – 556 p.
8. *Prahalad C.* Competitive advantages / C. Prahalad. – Boston: Harvard Business Scholl Press, 2005. – 552 p.
9. *Russell R.S.* Operation Management. Quality and Competitiveness in a Global Environment / R.S. Russell, B.W. Taylor [5<sup>th</sup> edition]. – Denver, John Wiley & Sons, Inc., 2006. – 807 p.

Стаття надійшла до редакції 06.06.2017 р.

Фахове рецензування: 08.06.2017 р.

\* \* \*