

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Є. В. ВАСИЛЬКОВ, аспірант*
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*
E-mail: eooofaic@i.ua

Анотація. Дослідження присвячено актуальній проблемі сьогодення – конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, яка є об'єктом вивчення багатьох сучасних науковців. Мета дослідження – узагальнити підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність продукції»

У статті розглянуто основні теоретичні підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність продукції», на множинність яких вплинула його складність та багатовекторність розуміння цього питання серед науковців. Сформульовано уточнене визначення поняття конкурентоспроможності продукції.

Подальші дослідження за проблемою можуть стосуватися питань оцінки та підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, теоретичним підґрунтям якої буде уточнена сутність дослідженого поняття.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентоспроможність продукції, аграрні підприємства.

Актуальність. Із розвитком ринкових відносин, вступу України до СОТ та підписання Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом для забезпечення стабільного розвитку вітчизняних аграрних підприємств особливого значення набуває виробництво ними конкурентоспроможної продукції. Забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств є обов'язковою умовою його довготривалого та результативного функціонування у динамічному та невизначеному зовнішньому середовищі. Разом з цим, ефективне управління конкурентоспроможністю неможливе без чіткого розуміння сутності даного поняття, що актуалізує питання систематизації та узагальнення існуючих наукових підходів, уточнення змісту, сфери та умов використання цієї категорії, що у підсумку визначає об'єктивну передумову проведення дослідження за вказаним напрямом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Фундаментальні поняття конкурентоспроможності та конкурентних переваг досліджені та

* Науковий керівник – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН України М. М. Ільчук

розроблені у працях таких зарубіжних економістів, як Ж. Ламбена, М. Портер, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, Р. Фатхудинова, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера та інших. Серед вітчизняних дослідників питання конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств досліджували В. Андрійчук, Л. Балабанова, О. Бородіна, М. Ільчук, С. Кваша, І. Коновал, Д. Легеза, С. Маковська, Л. Павловська, П. Саблук, О. Янковий та інші. Однак чимало питань потребують подальшого дослідження, насамперед, узагальнення економічного змісту конкурентоспроможності продукції.

Мета дослідження – узагальнення підходів до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність продукції».

Матеріали і методи дослідження. У процесі дослідження було використано такі методи: історичний (дослідження поглядів учених досліджуваного напрямку); абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення, розкриття суті понять, формулювання висновків), аналітичний (під час дослідження дефініцій «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність продукції»).

Результати дослідження та їх обговорення. Одне з головних питань у дослідженнях галузі економіки в тому, як розподіляти ресурси для того, щоб забезпечити соціальний добробут населення. Перед дослідниками постає питання, який сектор може сприяти найбільшому економічному зростанню країни, і вони часто звертаються до концепції конкурентоспроможності як основи його аналізу. Під час визначення сутності поняття «конкурентоспроможність» існує ряд труднощів, пов'язаних з тим, що у науковій літературі немає чіткого визначення цих категорій. Кожен науковець інтерпретує ці твердження по-своєму, спираючись на власні погляди та градацію важливості окремих складових елементів.

Науковці різних часів ґрунтовно досліджували конкуренцію, конкурентоспроможність, методи конкурентної боротьби тощо. Ідея конкурентоспроможності представлена в економічній літературі починаючи з ранніх класиків, а саме А. Сміта та Д. Рікардо. Сміт А. у своїй роботі «Исследование о природе и причинах богатства народов» визначив три початкових фактори (земля, праця і капітал), які визначають абсолютну перевагу країн в міжнародній економіці [7].

Рікардо Д., послідовник теорії А. Сміта, доповнив його дослідження розробленням концепції, яка згодом дістала назву – теорія порівняльних переваг (comparative advantage theory): ринкові сили самі спрямовують ресурси країни туди, де вони найбільш продуктивні [8].

Категорію «конкурентоспроможність» вчені-економісти широко почали використовувати з 60-х років ХХ століття. Проте кожний вчений вкладає у поняття «конкурентоспроможність» свій зміст. Тому і на теперішній час немає єдиного загальноприйнятого визначення цього поняття.

Найбільше поширення отримала теорія конкурентоспроможності у працях М. Портера, у яких показано напрями активного формування конкурентоспроможності галузей на основі інтенсифікації ринкової

конкуренції. За його концепцією інтенсивність конкуренції національних економік залежить від п'яти основних конкурентних сил. Портер М. доводить, що стійкі переваги країни є результатом зусиль підприємств із впровадження інновацій у розвиток нового продукту, технологій, брендів, методів задоволення споживачів. Він активно використовує поняття економічного кластера, вказуючи на те, що конкурентоспроможність підприємств залежить від їхнього економічного оточення, тобто від базових умов і конкуренції всередині кластера [11].

В своїх роботах Ж. Ламбен розширив умови забезпечення конкурентних переваг підприємства за рахунок ринкової сили, витрат, якості, ключових компетенцій. Ринкова сила показує, якою мірою покупець готовий сплатити більш високу ціну за аналогічну продукцію його конкурентів. Конкурентна перевага, що базується на витратах, характеризується здатністю контролювати ціни та витрати на більш низькому рівні за конкурентів. В основі конкурентної переваги за рахунок якості продукції лежать відмінні характеристики продукції, які представляють підвищену цінність для споживача. Перевага, що ґрунтується на ключовій компетенції, досягається за рахунок навичок або технологій, що створюють унікальну цінність для споживача [4].

У «Великому економічному словнику» за редакцією А. Н. Азріліяна викладено наступне визначення: «Конкурентоспроможність – це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [1].

Згідно з визначенням Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), конкурентоспроможність – це спроможність компаній, галузей, регіонів і країн забезпечити відносно високий рівень доходу і заробітної плати в умовах міжнародної конкуренції. Зазначена організація і ЄС розробляють теорії «інноваційного середовища», «узгодженої конкуренції», де основним фактором прискорення інновацій як фактора забезпечення конкурентоспроможності в сучасних умовах є знання. Європейська Комісія визначає конкурентоспроможність, як стійке зростання рівня життя в країні чи регіоні зі зменшенням рівня безробіття [10].

Поняття «конкурентоспроможності» досить широке, існує велика кількість визначень і методів оцінки. Враховуючи відносність і багатогранність конкурентоспроможності науковці розділяють цю категорію на: конкурентоспроможність продукції; конкурентоспроможність підприємства; конкурентоспроможність регіону; конкурентоспроможність галузі; конкурентоспроможність країни.

Конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина й ціле. Зазвичай можливість фірми конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності її товарів (послуг), а також сукупності економічних методів управління господарською діяльністю, що впливають на результати конкурентної боротьби [2]. Тому,

конкурентоспроможність продукції є основою для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, галузі та країни в цілому.

Конкурентоспроможність можна визначити як спроможність бути успішним стикаючись з конкуренцією. Конкурентоспроможність – це здатність реалізовувати продукцію, яка відповідає вимогам попиту (ціні, якості та кількості) і в той же час забезпечити прибуток протягом довгого періоду, який дозволить фірмі розвиватися. може бути в межах внутрішніх ринків (в цьому випадку фірми, або сектора, в тій же країні, порівнюються один з одним) або міжнародною (в даному випадку, порівняння між країнами). Підходи до визначення конкурентоспроможності продукції наведені в таблиці 1.

1. Підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» в економічній літературі

Визначення поняття	Автор
Конкурентоспроможність товару – це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників	Р. А. Фатхутдинов [9]
Конкурентоспроможність продукції – це результат реалізації виробничих, науково-технічних, економічних, організаційних, маркетингових та інших можливостей підприємства, регіону, галузі та країни в цілому.	М. М. Ільчук, І. А. Коновал [3]
Конкурентоспроможність продукції – це сукупність технічних, технологічних та економічних параметрів продукції, які у певний час відповідають вимогам зовнішнього і внутрішнього ринку та задовольняють вимоги потенційних споживачів.	Д. Г. Легеза [5]
Конкурентоспроможність продукції – це комплекс якісних та вартісних характеристик, які забезпечують здатність продукції відповідати санітарно-гігієнічним та екологічним вимогам, задовольняючи потреби споживачів та забезпечувати виробнику комерційний успіх (максимальний рівень доходності).	Л. Д. Павловська, С. О. Маковська [6]
Конкурентоспроможність продукції – ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо. Відображає здатність товару більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку – цінами, установлюваними продавцями товарів.	О. Г. Янковий [2]

Узагальнивши підходи науковців до визначення поняття «конкурентоспроможність продукції», можна зробити висновок, що конкурентоспроможність продукції являє собою сукупність цінових, якісних,

технічних, екологічних і естетичних параметрів товару, які у певний час відповідають вимогам ринку та задовольняють вимоги потенційних споживачів, забезпечуючи виробнику комерційний успіх.

Висновки і перспективи. В результаті дослідження встановлено, що конкурентоспроможність продукції є складним і багатоаспектним поняттям. У різних літературних джерелах пропонується безліч визначень конкурентоспроможності продукції. Узагальнивши підходи науковців стосовно трактування цієї категорії, доцільним є виділення декількох базових підходів до сутності конкурентоспроможності продукції. Кожне трактування цього поняття доповнює одне одного і визначає конкурентоспроможність продукції як сукупність цінових, якісних, технічних, екологічних і естетичних параметрів товару, які у певний час відповідають вимогам ринку та задовольняють вимоги потенційних споживачів, забезпечуючи виробнику комерційний успіх. Подальші дослідження можуть стосуватися питань оцінки та підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, теоретичним підґрунтям якого буде уточнена сутність дослідженого поняття.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. и перераб. М.: Институт новой экономики, 1999. 1248 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / За заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
3. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції : монографія / Ільчук М. М., Коновал І. А., Мельникова І. В. та ін. К.: Вид-во ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2015. 321 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг / пер. с англ. В. Б. Колчанова. СПб. : Питер, 2004. 796 с.
5. Легеза Д. Г. Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських підприємств : монографія. К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2011. 394 с
6. Павловська Л. Д., Маковська С. О. Формування конкурентоспроможності продукції типових сільськогосподарських підприємств: монографія. Житомир :Вид-во «Полісся», 2012. 204 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М. : Соцэкгиз, 1962. 684 с.
8. Рикардо Д. Сочинения: в 5-ти т. / Пер. под ред. чл.-кор. АН СССР М. Н. Смит. М.: Госполитиздат – Соцэкгиз, 1955 1961. Т.1–5.
9. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел - Синтез, 2004. 304с.
10. Latruffe L. (2010), "Competitiveness, Productivity and Efficiency in the Agricultural and Agri-Food Sectors", OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 30, OECD Publishing.
11. Porter M. (1990), The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York.

References

1. Azrillian A. (1999). Bolshoi ekonomycheskii slovar. Moscow: Instytut novoi ekonomiki.
2. Yankovyi O. H. (2013), Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia. Odesa: Atlant.
3. Ilchuk M. M., Konoval I. A., Melnykova I. V. ta in. (2015), Konkurentospromozhnist produktsii skotarstva i ptakhivnytstva Ukrainy v systemi yevrointehratsii. Kyiv: «Ahrar Media Hrup».
4. Lamben Zh.-Zh. (2004). Menedzhment, orientyrovannyi na rynek: Stratehicheskyi i operatsyonnyi marketinh. SPb.: Piter.
5. Leheza D. H. (2011) Konkurentospromozhnist produktsii silskohospodarskykh pidpriemstv, Kyiv: "Instytut ahrarnoi ekonomiky".
6. Pavlovska L.D., Makovska S.O. (2012). Formuvannia konkurentospromozhnosti produktsii typovykh silskohospodarskykh pidpriemstv. Zhytomyr: Polissia.
7. Smit A. (1962), Issledovanie o prirode i prichinakh bohatstva narodov. Moscow: Sotsekhiz.
8. Rikardo D. (1955) Sochineniya. Moscow: Hospolitzdat – Sotsekhiz, V.1–5
9. Fatkhutdinov R.A. (2004), Stratehicheskyi menedzhment: Moscow: «Biznes-shkola» Intel – Sintez.
12. Latruffe L. (2010), Competitiveness, Productivity and Efficiency in the Agricultural and Agri-Food Sectors”, OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 30, OECD Publishing.
13. Porter M. (1990), The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е. В. Васильков

***Аннотация.** Статья посвящена актуальной проблеме современности – конкурентоспособности продукции аграрных предприятий, которая является объектом исследований многих современных ученых. В статье рассмотрены подходы к определению сущности понятия «конкурентоспособность продукции», на множественность которых повлияла его сложность многовекторность понимания этого вопроса среди ученых. Сформулировано уточненное понятие конкурентоспособности продукции.*

Дальнейшие исследования по проблеме могут касаться вопросов оценки и повышения конкурентоспособности продукции аграрных предприятий, теоретической основой которой будет служить уточненное определение сущности исследованного понятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентоспособность продукции, аграрные предприятия

THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Ye. V. Vasytkov

Abstract. *The article is dedicated to the actual problem – the competitiveness of products of agricultural enterprises, which are the subject of research of many modern scientists. The purpose of research is the generalization of the approaches of defining the essence of the concept “competitiveness of products of agricultural enterprises”. In the article the approaches of defining the essence of the concept “competitiveness of products” were considered. The plurality of these approaches was influenced with their complexity and multidirectional of understanding of this issue among scientists. Specified definition of the concept of competitiveness of products was formulated. Further research of the problem may concern the evaluation and increasing competitiveness of products of agricultural enterprises, the theoretical basis of which will be specified essence of investigated concept.*

Key words: *competition, competitiveness, competitive advantages, competitiveness of products, agricultural enterprises*

UDK630.6: 504.062

FOREST MANAGEMENT AND CLIMATE CHANGE

L.R. VOLIAK, PhD, Senior Lecture of the Department
Statistics and Economic Analysis,

D.M. VOLOSHINA, student of Economic faculty

National University of Life and Environmental Science of Ukraine

I.S. HRYHORYEV, Manager

Wein und Sektgut Bamberger Company, Germany

E-mail: voliaklr@gmail.com, darina.voloshina1@gmail.com,
ihor.hrv@gmail.com

Abstract. *Adapting the management of forest resources to climate change involves addressing several crucial aspects to provide a valid basis for decision making. These include the knowledge and belief of decision makers, the mapping of management options for the current as well as anticipated future bioclimatic and socioeconomic conditions, and the ways decisions are evaluated and made. We investigate the adaptive management process and develop a framework including these three aspects, thus providing a structured way to analyze the challenges and opportunities of managing forests in the face of climate change. Finally, our proposed framework for identifying*