

О.І. Тимченко

старший викладач кафедри прикладної економіки

Національний університет харчових технологій

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті розглянуто чинники формування конкурентоспроможності малих підприємств, проблеми сучасного стану конкурентоспроможності та запропоновані стратегічні напрямки формування конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості

Ключові слова: конкурентоспроможність, малі підприємства, харчова промисловість

Інтеграція України у світову спільноту вимагає кардинально нового погляду на роль малого підприємництва у розв'язанні проблем підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, сприяє формуванню цивілізованого конкурентного середовища країни. Невід'ємною частиною цього середовища є малі підприємства харчової промисловості.

Постановка проблеми. Аналіз стану та динаміки ринку продовольства показує, що харчова промисловість не може конкурувати з рівнем розвитку цієї галузі в розвинених європейських країнах. Так, в роки, коли харчова промисловість України досягла найвищого рівня розвитку, величина показників середньодушового виробництва більшості продовольчих ресурсів у 2,5 – 15 разів перевищувала світові показники. Проте, з початку 90-х років досягнуті пріоритети поступово втрачалися, кризові явища, які охопили економіку країни, розповсюдилися і на переробні галузі. Однією з найважливіших причин нинішнього кризового стану вітчизняних підприємств є те, що вони виявилися не готові до конкуренції із західними підприємствами на відкритих внутрішніх ринках. Діагностика фінансово-економічного стану вітчизняних малих підприємств показала, що серед ряду причин неплатоспроможності на першому місці є низька конкурентоспроможність продукції [1]. Внаслідок чого та високого рівня інфляції знижується обсяг виробництва. Це призвело до недовантаження виробничих потужностей, а отже, до росту частки постійних витрат у структурі собівартості продукції. А оскільки конкуренція з західними товарами змусила малі підприємства при формуванні ціни орієнтуватися на ринкові ціни, то дана ситуація призвела до появи

збитків і з усіма наслідками, що випливають з цього. Тобто втрата конкурентоспроможності для малого підприємства є прямим шляхом до банкрутства. Тому вирішення проблем забезпечення конкурентних переваг малих підприємств й ефективного функціонування харчової промисловості відносяться до першочергових, які постають перед економічною наукою та господарською практикою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку та формування конкурентоспроможності підприємств є предметом дослідження зарубіжних науковців, зокрема: І. Ансоффа, Б. Карлофа, Ж.-Ж. Ламбена, М. Портера, Д. Рікардо, А. Сміта, Й. Шумпетера та ін. Вітчизняна наукова парадигма функціонування малих підприємницьких структур та формування їх конкурентоспроможності отримала розвиток під впливом фундаментальних і прикладних досліджень А. Андрійчука, Ю. Губені, В. Зіновчука, Т. Зінчук, В. Іванюти, П. Канінського, М. Маліка, В. Мессель-Веселяка, О. Могильного, О. Онищенко, Г. Підлесецького, П. Саблука, О. Школьного, О. Шпикуляка та ін. Відзначаючи цінність результатів дослідження названих авторів і сучасних наукових розробок з питань формування конкурентоспроможності, слід зауважити, що окремі аспекти зазначеної проблеми залишаються недостатньо вивченими. Це, насамперед, стосується дослідження методологічних аспектів процесу формування конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості. Важливі аспекти конкурентоспроможності переробних підприємств малого бізнесу в АПК залишаються дискусійними та ще не дістали належного висвітлення. Так, не вирішеними залишаються проблеми визначення критерію оцінки рівня конкурентоспроможності малих підприємств з перероблення сільськогосподарських продуктів, формування організаційного забезпечення процедури аналізу їх конкурентоспроможності. Крім того, не знайшли належного висвітлення питання створення комплексної концепції підвищення конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості.

Постановка завдання. Враховуючи соціально-економічне, теоретико-методологічне та практичне значення проблеми підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва харчової промисловості необхідно проаналізувати чинники формування конкурентоспроможності, що дозволить виявити сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства та і його конкурентів та запропонувати напрями підвищення конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу. Важливою передумовою формування конкурентоспроможності підприємства є визначення сукупності чинників, вплив яких

може підвищувати та знижувати її загальний рівень. Проте чинники конкурентоспроможності мають різний вплив на підприємства різні за розміром. Так для малих підприємств, деякі чинники є більш впливовими, в той час як для великих підприємств вони мають незначний вплив, і навпаки. У зв'язку з цим виникає потреба у здійсненні системного та комплексного підходу до визначення чинників конкурентоспроможності малих підприємств.

На сьогодні існує багато підходів до визначення сукупності чинників формування конкурентоспроможності. В економічній літературі найбільш розповсюдженою є вузька класифікація чинників формування конкурентоспроможності підприємств на зовнішні та внутрішні. Це пояснюється тим, що при такому розмежуванні враховуються не лише результати та діяльність підприємства, але й зміни, що пов'язані із зовнішнім середовищем. М. Мескон до факторів прямого впливу відносить внутрішні чинники, а до опосередкованого – зовнішні чинники. М. Портер до факторів основного впливу відносить: наявність конкуренції в галузі, ринкову владу покупців та постачальників, загрозу появи нових конкурентів, загрозу появи товарів-замінників [2]. Фатхутдінов Р. А. серед зовнішніх чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємства на мезоекономічному рівні виділяє: використання доступних і дешевих ресурсів, прозорість ринку, система підготовки кадрів, рівень інтеграції всередині країни, низькі процентні ставки, якісне правове регулювання, сприяння місцевих органів, гармонізація системи сертифікації. До внутрішніх чинників на галузевому рівні слід віднести: попит на товар галузі, оптимальний рівень уніфікації і стандартизації продукції, експорт наукомісткої продукції, наявність конкурентоспроможного персоналу в галузі, оптимальний рівень галузевої концентрації, наявність конкурентоспроможних постачальників, оптимізація ефективності використання ресурсів, наявність радикальних нововведень, великий обсяг конкурентоспроможних підприємств в галузі, сертифікація та ексклюзивність продукції [3]. Л.В. Соколова до чинників, які визначають конкурентоспроможність підприємства, відносить: товар, положення на ринку, збут, просування товарів, виробництво [4]. Дослідник факторів конкурентоспроможності промислових підприємств С.Савчук для їх визначення пропонує враховувати наступні чинники: якість товарів, умови їх продажу і доставки, рівень їх допродажного та післяпродажного сервісу, ефективність реклами, імідж товару, його виробника та інші чинники, що прямо чи опосередковано пов'язані з властивостями товару [5]. Н. Ліфіц при визначенні конкурентоспроможності підприємства виділяє чинники, які впливають

на забезпечення необхідної якості і рівня ціни продукції, доповнюючи їх факторами макроекономічними. До першої групи автор відносить чинники виробничі (сировина, конструкція, рецептура, технологія), збутові (умови транспортування, зберігання), сервісні (допомога у виборі товару тощо), а до другої: економічну політику держави, стан нормативно-технічної бази, фінансової системи, зовнішньоекономічну стратегію країни, її науково-технічний потенціал, рівень розвитку інформаційних технологій, вартість ресурсів, географічне, політичне і економічне становище країни, продуктивність праці, витрати виробництва [6].

На нашу думку, всі існуючі класифікації мають право на життя. Але слід враховувати те, що жодна з класифікацій не розглядає вплив чинників в залежності від розміру підприємства, а це є важливо, оскільки чинники конкурентоспроможності мають різний вплив на підприємства різні за розміром. Пропонується наступна систематизація сукупності чинників формування конкурентоспроможності враховуючи розмір підприємства: залежно від місця виникнення (зовнішні і внутрішні); залежно від рівня (макрорівневі, мезорівневі та мікрорівневі); залежно від сфери походження (науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, політичні, екологічні). Запропонована класифікація розглядає чинники, які мають більший вплив на малі підприємства. Конкурентоспроможність малого підприємства - це відносне поняття, яке відображає відмінність процесу розвитку даного малого підприємства від конкурента. Виходячи з аналізу існуючих підходів та їх класифікації, головними чинниками, які впливають на рівень конкурентоспроможності малих підприємств є такі: чинники макросередовища (економічні, політико-правові, законодавчо-нормативні, науково-технічні, соціально-демографічні, екологічні та випадкові); мезосередовища (інтенсивність конкуренції, стан приватизації, контактні аудиторії, кількість постачальників, ЗМІ, еластичність попиту і пропозиції, наявність постачальників та розвинутої інфраструктури); мікросередовища (виробничі потужності, економіко-географічне положення, інформаційне забезпечення, ефективність витрат та збуту продукції, наявність техніко-технологічного, ресурсного, виробничого потенціалів тощо).

З методичної точки зору відзначимо, що малі підприємства харчової промисловості, мають свої специфічні особливості діяльності: сезонний характер виробництва (цукрова, консервна, олієжирова, виноробна), що призводить до нерівномірного використання виробничих потужностей; необхідність розташування виробництва, з одного боку, в місцях споживання, а, з іншого – в сировинній зоні

(консервна, цукрова, олієжирова, чайна); велика залежність якості сільськогосподарської сировини від тривалості переробки (якість цукрових буряків, плодоовочевої сировини); строки зберігання сировини і готової продукції, як правило, обмежені (сировини – цукрових буряків, овочів, фруктів; готової продукції – хлібобулочної, маргаринової, кондитерської); необхідність пакувати та затарювати продукцію (продукція виноробної, лікєро-горілочаної, консервної, тютюнової, чайної промисловості); високі вимоги до якості продукції (свіжість, вміст вітамінів, смакові якості, естетичність, тощо); часта заміненість асортименту по багатьох продуктах; залежність якості готової продукції від якісних характеристик сировини (цукристість цукрових буряків і винограду, вміст сухих речовин у харчовій сировині); масовість продукції, що виробляється та її різноманітність (асортимент продукції харчової промисловості становить понад 3 тисячі найменувань); для виробництва деяких видів продукції необхідна велика кількість сировини (наприклад, для виготовлення 1 т. цукру необхідно переробити 9 т. цукрового буряку, з 1 т. зернової сировини отримують 28 дал. етилового спирту); вплив несприятливих кліматичних умов, які призводять до втрат сировини і прямих збитків малих підприємств.

У зв'язку з цим постає проблема розробки методики комплексної оцінки рівня їх конкурентоспроможності з урахуванням особливостей функціонування та за допомогою поєднання існуючих методик. Вважаємо, що при оцінюванні конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості більш прийнятні такі методи, які дозволяють отримати кількісно визначений інтегральний показник на основі використання конкретних даних статистичної та бухгалтерської звітності, зокрема, рейтинговий, фінансово-економічний метод та метод бенчмаркінгу. Їх застосування дає змогу всебічно проаналізувати основні аспекти, фактори та тенденції ефективного розвитку харчової промисловості та оцінити рівень конкурентоспроможності малих підприємств.

Конкурентоспроможність малого підприємства являє собою деякий інтегральний конкурентний потенціал, забезпечення якого можливе за наступних умов: безперервне оновлення і використання високовиробничих і ефективних ресурсів; створення ефективної і гнучкої організації управління (організаційної структури управління), відповідності цілям стратегічного розвитку; забезпечення ефективної комплексності і збалансованості функціональної діяльності; встановлення, підтримка і розвиток господарських зв'язків і ділових відносин з продавцями, постачальниками, які володіють високим потенціалом розвитку, стійкими і довготривалими конкурентними

перевагами – конкурентоспроможністю високого порядку; встановлення, підтримка і розвиток господарських зв'язків і ділових відносин з посередницькими структурами (підприємствами і організаціями), які володіють високим потенціалом розвитку і високою конкурентоспроможністю; встановлення, підтримка і розвиток господарських зв'язків і ділових відносин з покупцями, які володіють високим потенціалом розвитку, довготерміновими і стійкими конкурентними перевагами – конкурентоспроможність високого порядку; встановлення умов жорсткої і гнучкої конкуренції з конкурентами, які володіють високим потенціалом розвитку і високою конкурентоспроможністю, які можуть бути прийняті для порівняння і прагненням до досконалості [7].

Дослідивши рівень розвитку малих підприємств харчової промисловості можна зробити висновки щодо проблем сучасного стану конкурентоспроможності таких підприємств та виділити основні стримуючі чинники негативного впливу на формування конкурентоспроможності малих підприємств. Підприємства зазнають впливу урядової макроекономічної політики, а також нормативних актів, що уособлюють дану політику. Державні нормативні акти, включно закони і підзаконні адміністративні акти, носять нестабільний характер та мають обмежувальний вплив, відповідно істотно звужуючи рамки діяльності підприємств. Політичні умови мають вирішальне значення в довгостроковій перспективі. Зміни курсу політичного керівництва або навіть зміна чиновників на міністерському рівні можуть істотно вплинути на долю підприємства, а також на працездатність і моральний стан його персоналу. До економічних проблем віднесено труднощі в забезпеченні фінансування діяльності та її розширеного відтворення через відсутність власних коштів, проблем з отриманням майна під заставу та вільних обігових коштів. Це пояснюється великими сумами боргів за попередні кредити, сезонністю коливання цін на продукцію, та призводить до збитковості більшої частини малих підприємств. Застарілість та зношеність технологічного парку, яка пояснюється малим відсотком впровадження інновацій у виробництво, техніку та технологію є причиною високої трудомісткості виробництва, низької фондоозброєності [8]. Перелічені чинники спричиняють недоотримання продукції відповідної якості, та високу частку трудових витрат у структурі операційних витрат підприємства. Техніко-технологічний рівень виробництва забезпечує оптимальний рівень автоматизації та механізації виробничих процесів, мінімізує витрати ресурсів. Використання прогресивної технології, сучасне та своєчасне оновлення засобів, забезпечення гнучкості виробництва, пропорційності, паралельності, безперервності, ритмічності процесів та стійкості функціонування

підприємства дає можливість виробляти конкурентоспроможну продукцію та забезпечувати нормальний рівень прибутковості. В умовах глобалізації суспільства значення соціокультурної складової як мотиваційного підґрунтя інноваційних процесів та ключового чинника конкурентоспроможності зростає. Географічне розташування впливає на рівень соціально-економічного розвитку, розвиток економічних зв'язків та формування промислових комплексів. Сприятливе географічне положення підприємства є його конкурентною перевагою, що полягає у можливості безпосереднього проведення економічної діяльності. Зниження родючості ґрунтів та високого ступеню залежності від природно-кліматичних умов які важко спрогнозувати, є причиною втрати підприємством конкурентних переваг.

Таким чином, до стратегічних напрямів формування конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості слід віднести: зростання продуктивності виробництва за рахунок впровадження сучасних технологій та технологій ведення бізнесу; розвиток ринкових інструментів впливу на процес господарювання; удосконалення функціонування фінансово-кредитних установ та інфраструктури ринку; покращення становища малих підприємств в галузі матеріально-технічного забезпечення; сприяння розвитку кластерних об'єднань як рушійної сили конкурентного середовища; створення центру сприяння розвитку малих підприємств; сприяння розвитку малого підприємництва; розвиток зовнішньоекономічних господарських зв'язків; створення недержавних фондів підтримки малих підприємств; впровадження енергозберігаючих технологій; розробка програми переходу малих підприємств на інноваційно-інвестиційну модель розвитку, з узгодженням усіх законодавчих, нормативно-правових питань; створення відповідної інфраструктури, яка б сприяла інноваційному розвитку; підвищення рівня освіти та обізнаності населення щодо питань інноваційного розвитку; запозичення досвіду у закордонних та вітчизняних успішних підприємств; розвиток інвестиційного партнерства між державою та бізнесом; створення сприятливих умов для залучення інвестицій, у т.ч. за рахунок розробки програми залучення інвестицій; впровадження системи спільного інвестування; підвищення ефективності виробництва експорто-орієнтованої продукції та підвищення конкурентоспроможності інших видів продукції на світових ринках; розвиток експортного потенціалу, при дотриманні балансу між внутрішнім і зовнішнім попитом на продукцію; забезпечення сталості існуючих зовнішніх ринків збуту вітчизняної продукції та реалізація стратегії експансії на нові; удосконалення механізмів державного регулювання розвитку експортно-орієнтованих галузей сфери.

Висновки. Перехід до ринкової економіки змінив всю систему виробництва товарів та їх реалізації. Зміна структури, форм і методів роботи підприємства, а з ними і економічних відносин мають сприяти: збільшенню накопичень і зростанню рентабельності, впровадженню жорсткого режиму економії і ефективного використання матеріальних та фінансових ресурсів, збереженню державної та інших форм власності, раціональному використанню коштів. Але ці впровадження неможливі без чітко визначеної стратегії діяльності, яка б передбачала і дієву систему контролю, яка являє собою діяльність, спрямовану на попередження, фіксацію й усунення недоліків діяльності підприємства. Процес формування конкурентоспроможності є досить складним та довготривалим, який спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Список використаних джерел.

1. Збарська А.В. Управління малими підприємствами сільських поселень // Вісник аграрної науки. – 2011. – №10. – С. 47-51.
2. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства: наукове видання/ І. П. Отенко, Є. О. Полтавська.– Харків: ХНЕУ, 2005.–212 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р. А. – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.
4. Соколова Л.В. Адаптация предприятий к условиям рынка/ Л.В. Соколова - Харьков: ФОРТ, 1996. – 246 с.
5. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности: монография / С. И. Савчук [под науч. ред. акад. В. Буркинського]. – Мариуполь: Рената, 2007. – 520с.
6. Лифиц Н. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. / Н. М. Лифиц. – М.: Юрайт. – М., 2001. – 224 с.
7. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрями розвитку: Монографія – К.: КНЕУ, 2008 – 227 с.
8. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія / Г.Ю. Ткачук. – Житомир: ЖДТУ, 2012. – 200 с.

ТИМЧЕНКО А.И. ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье рассмотрены факторы формирования конкурентоспособности малых предприятий, проблемы современного состояния конкурентоспособности и предложены стратегические направления формирования конкурентоспособности малых предприятий пищевой промышленности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, малые предприятия, пищевая промышленность.

TYMCHENKO O.I. OF FORMING BUSINESS ENTERPRISES' COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY

Factors of forming business enterprises' competitiveness are considered in the article. The author pays great attention to the problems of modern competitiveness and gives the strategic tendency of forming business enterprises' competitiveness of food industry.

Keywords: competitiveness, small businesses, food industry.