

УДК 005.35

В.В. Лебедєва, канд. екон. наук

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, Україна

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ ДИВЕРСИФІКОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ
СФЕРИ****В.В. Лебедева**, канд. екон. наук

Одесский национальный политехнический университет, г. Одесса, Украина

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНИВАНИЮ УРОВНЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ АГРАРНОЙ СФЕРЫ****Vira Lebedieva**, PhD in Economics

Odesa National Polytechnic University, Odesa, Ukraine

**METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE LEVEL
OF ECONOMIC DIVERSIFICATION ENTERPRISES EFFICIENCY
OF AGRICULTURAL AREAS**

Сформовано систему методичного інструментарію щодо оцінювання рівня економічної ефективності диверсифікації підприємств аграрної сфери. Розглянуто проблеми формування та реалізації потенціалу конкурентоспроможності з метою формування внутрішніх компетенцій та унікальних конкурентних переваг. Наведено алгоритм розрахунку синтетичних показників оцінки інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери.

Ключові слова: потенціал конкурентоспроможності, конкурентні переваги, методичний інструментарій, ефективність диверсифікації, аграрні підприємства.

Сформирована система методического инструментария оценки уровня экономической эффективности диверсификации предприятий аграрной сферы. Рассмотрены проблемы формирования и реализации потенциала конкурентоспособности с целью формирования внутренних компетенций и уникальных конкурентных возможностей. Показан алгоритм расчетов синтетических показателей оценки интегрированного показателя потенциала конкурентоспособности предприятий аграрной сферы.

Ключевые слова: потенциал конкурентоспособности, конкурентные преимущества, методический инструментарий, эффективность диверсификации, аграрные предприятия.

This article formed the system of methodological tools to assess the economic efficiency of enterprises to diversify agricultural sector. The problems of formation and realization of potential competitiveness in order to create internal competencies and unique competitive advantages. An algorithm for calculating the synthetic indicators to measure the characteristics of the integrated enterprise competitiveness of agricultural sector.

Key words: competitiveness potential, competitive advantages, methodological tools, efficiency diversification, farms.

Постановка проблеми. Сучасні ринкові відносини в Україні характеризуються посиленням ролі споживачів, зростанням ризиків, невизначеності умов функціонування, залежності від маркетингового середовища, зростанням рівня інтенсивності конкуренції. Проте питання забезпечення конкурентоспроможності набуває особливої актуальності. Нині успішність підприємства на ринку виявляється не тільки у володінні матеріально-фінансовими ресурсами, а й у вмінні використовувати їх з найбільшою ефективністю.

Підприємства, обираючи конкурентну стратегію, повинні змінити погляди не тільки на вивчення конкурентів, клієнтів, постачальників, посередників, навколишнього середовища, а на самих себе, свої внутрішні компетенції та конкурентні переваги, які є унікальними та властивими лише йому. Таким чином, пошук ефективної конкурентної стратегії зводиться до шляхів підвищення рівня потенціалу їх конкурентоспроможності на основі володіння інформацією та знаннями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри те, що в агропромисловому комплексі країни і регіону намітилися позитивні тенденції, цей сектор істотно програє за показниками, що визначають конкурентоспроможність аграрного виробництва.

Отже, розробки в цьому напрямку були і залишаються актуальними. Особливу увагу привертають праці таких авторів: В. Алексійчука, В. Андрійчука, П. Гайдучького,

І. Гришової, С. Кваши, В. Кужеля, М. Дем'яненка, Ю. Коваленка, І.О. Крюкової, І. Лукінова, М. Маліка, П. Мостового, В. Нелепа, А. Павленка, Б. Пасхавера, П. Саблука, Л. Сороки, С. Стоянової-Коваль, Г. Черевка, А. Шеремети, В. Шморгуна, Л. Худолій, Т.С. Шабатури, В. Юрчишина [1–12] та інших.

Мета дослідження – сформуванати методичний інструментарій оцінювання рівня ефективності диверсифікованих підприємств аграрної сфери.

Виклад основного матеріалу. Потенціал конкурентоспроможності підприємства є комплексною порівняльною характеристикою, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу, стосовно сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів [1]. Таким чином, потенціал конкурентоспроможності підприємства є комплексною складовою, що визначає переваги ефективності використання наявного ресурсу та застосування конкурентної стратегії на певному ринку, за певний проміжок часу, щодо аналогічних індикаторів інших підприємств галузі.

Науковці виділяють чотири основні особливості потенціалу конкурентоспроможності підприємства: потенціал конкурентоспроможності підприємств не є іманентною якістю, оскільки може бути виявлена й оцінена тільки за наявності реальних або потенційних конкурентів; це поняття є відносним (має різний рівень стосовно окремих конкурентів); визначається продуктивністю залучених до процесу виробництва ресурсів та залежить від рівня конкурентоспроможності підприємства, галузі та країни [2].

Головною умовою досягнення конкурентних переваг та високого рівня потенціалу конкурентоспроможності з-поміж інших підприємств є найбільш ефективне використання потенціалу та забезпечення вищих темпів приросту такого показника у порівнянні з конкурентами. Правильність вибору конкурентної стратегії та ефективність її реалізації, в першу чергу, залежить від обсягу потенціалу, що має підприємство, рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємства (ефективності його використання), частки ринку, яку займає підприємство, та конкурентної позиції на ньому – лідер, сильна, слабка чи позиція аутсайдера, та цілей, які ставить перед собою підприємство.

Важливою проблемою в оцінюванні потенціалу конкурентоспроможності підприємства є питання міри достатності стратегічного потенціалу підприємства відповідно до умов зовнішнього середовища, що сприяє створенню та підтримки на високому щаблі конкурентної переваги функціонального підприємства. Вирішивши сформовану проблему, є доцільність говорити про конкурентний статус підприємства та міру його достатності в контексті створення та підтримки високого рівня конкурентної переваги аграрного підприємства.

Розроблення заходів, спрямованих на підвищення рівня потенціалу конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, вимагає оцінювання наявного його рівня. Для управління конкурентоспроможністю цей рівень доцільно виміряти кількісними параметром, в якому б відображався вплив на неї основних чинників. Здійснення такого оцінювання, як свідчить практика, пов'язане з певними труднощами, зокрема, із суб'єктивним характером оцінки, причому кожен суб'єкт має свій погляд на характеристики підприємства, що використовуються для встановлення його конкурентоспроможності [5].

Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників сільськогосподарської продукції зовнішньою примусовою силою для підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва, форми і системи заробітної плати тощо. Економісти розрізняють чотири види конкуренції: чиста конкуренція; олігополія; монополістична конкуренція; чиста монополія [6]. За умов чистої конкуренції налічується дуже велика кількість під-

приємств, що реалізують стандартизовану продукцію. Олігополія характеризується невеликою кількістю конкурентів, діапазон контролю над цінами залежить від рівня узгодженості дій підприємств. Монополістичну конкуренцію характеризують такі параметри: на ринку діє велика кількість підприємств, що реалізують диференційовану продукцію, досить вузький діапазон контролю над цінами, висока еластичність попиту. Для чистої монополії характерною є наявність одного підприємства, що випускає унікальну продукцію, нееластичність попиту, а також майже заблокований вхід у галузь для інших підприємств.

На спеціалізованому ринку є багато можливостей для отримання конкурентних переваг, які є дуже важливими. Фрагментарний ринок також дає багато можливостей для досягнення конкурентних переваг, однак їхня важливість незначна, тому істотної конкурентної переваги не забезпечує, незалежно від ринкової частки підприємства та його розміру. На місткому ринку конкурентних переваг мало, але їхня важливість забезпечує значну конкурентну перевагу. Глухий ринок характеризується невеликою кількістю незначних конкурентних переваг. Високу рентабельність на такому ринку не забезпечують ні досвід, ні ефект економії на масштабах виробництва. Отже, нова матриця БКГ дозволяє розробити стратегічні рекомендації відносно вигляду і форми конкурентних переваг на різних видах ринків [7].

У світі існує декілька підходів щодо оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства, основними з яких є: метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства, що пов'язують її рівень з показниками якості товару, що виробляється; методи, що засновані на теорії конкурентної переваги, експертний метод, індикативний метод та ін. [8]. Дослідження конкурентного середовища ринку не дає можливості визначити конкурентоспроможність окремого досліджуваного підприємства, а лише відповідно до його ринкової частки, розміщує його на конкурентній карті аналізованого ринку.

Формуючи конкурентну стратегію, підприємству, в першу чергу, потрібно проаналізувати не лише свої потенційні можливості (характер її активів, досвід, фінансові ресурси, технології тощо), потенціал конкурентоспроможності, а й ринкові переваги та ключові компетенції своїх суперників (зовнішні фактори для підприємства), та ідентифікувати їх слабкості для досягнення перемоги в конкурентній боротьбі. Оцінивши кількісно індикатори конкурентної сили і ключові фактори успіху та порівнявши їх із аналогічними у конкурентів, можна винести рішення про конкурентну позицію підприємства на ринку.

З-поміж різноманітних методів оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства найбільш оптимальними є прикладні моделі, що поєднують у собі декілька класифікаційних ознак, характеризують ефективність використання конкурентного потенціалу (ефективність реалізації конкурентних стратегій) у розрізі найбільш важливих видів діяльності досліджуваного підприємства в порівнянні з підприємствами галузі.

Аналіз наявних методів і підходів до оцінювання потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств [4–8] показав, що переважна більшість як зарубіжних, так і вітчизняних методик не враховує особливостей функціонування аграрних підприємств, охоплює лише один чи два напрями їх діяльності та досить часто містить дублювання окремих показників, що підвищує трудомісткість результатів і знижує достовірність отриманої інформації. Виходячи з цього, діагностику досягнутого рівня потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств доцільно здійснювати за допомогою розрахунку інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності, на основі удосконаленої методики, заснованої на теорії ефективної конкуренції, який пропонуємо визначати як сумарну величину п'яти синтетичних коефіцієнтів конкурентоспромож-

ності, а саме: показників ефективності виробничої, фінансової, збутової, організаційної діяльності та показників конкурентоспроможності товару. Кожен із п'яти синтетичних коефіцієнтів включає одиничні коефіцієнти, що залежно від їх впливу на рівень потенціалу конкурентоспроможності, віднесені до відповідної групи синтетичних коефіцієнтів. Необхідні для розрахунку групові показники представлено в табл.

Враховуючи те, що кожний з індикаторів має різний вплив на інтегрований показник потенціалу конкурентоспроможності, використовуючи експертні дані, ми розрахували коефіцієнти вагомості кожного критерію, що входив як до групи одиничних показників, так і до складу загального показника потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Експертами в такій ситуації виступили керівники та головні спеціалісти сільськогосподарських підприємств, а також провідні фахівці головного управління агропромислового розвитку та управління Одеської обласної держадміністрації.

Таблиця

Алгоритм розрахунку синтетичних показників оцінки інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності підприємств

Показники конкурентоспроможності	Характеристика	Порядок розрахунку	Коефіцієнт значимості	Коефіцієнт ваги
1	2	3	4	5
1. Показники ефективності виробничої діяльності підприємства				
Ефективність витрат (Ев)	Відображає ефективність витрат при виробництві сільськогосподарської продукції	Собівартість реалізованої продукції / Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	1	0,07
Фондовіддача (Ф)	Характеризує ефективність використання основних виробничих фондів	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна залишкова вартість основних засобів	2	0,13
Норма прибутку (Нп)	Характеризує ефективність використання капіталу в процесі виробничої діяльності	Прибуток / (Основні фонди + Оборотні фонди) · 100 %	4	0,27
Продуктивність праці (Пп)	Відображає ефективність виробництва в розрізі використання робочої сили	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна чисельність працівників зайнятих у сільськогосподарському виробництві	5	0,33
Якісний стан основних засобів (Яоз)	Відображає якісний стан основних засобів підприємства	Сума нарахованого зносу / Первісну вартість основних засобів	3	0,2
2. Показники ефективності фінансової діяльності підприємства				
Коефіцієнт автономії (Ка)	Характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування	Власний капітал / Валюта балансу	1	0,07
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кл)	Характеризує спроможність підприємства негайно погасити поточні зобов'язання	Грошові кошти + Поточні фінансові інвестиції / Поточні зобов'язання	5	0,33
Коефіцієнт оборотності оборотних активів (Ко)	Характеризує швидкість обороту активів та можливість їх вивільнення	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції / Середньорічна вартість оборотних активів	3	0,2
Коефіцієнт покриття (Кп)	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	4	0,27

Закінчення табл.

1	2	3	4	5
Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	Характеризує здатність підприємства протистояти операційним труднощам	Власний капітал / Позиковий капітал)	2	0,13
3. Показники ефективності збутової діяльності підприємства				
Рентабельність реалізації (Рр)	Характеризує прибутковість роботи підприємства на ринку, ефективність збуту	Валовий прибуток / Чистий дохід від реалізації продукції	2	0,33
Ефективність витрат на збут (Ез)	Показує економічну ефективність витрат, пов'язаних із роботою служби збуту (реклама, стимулювання збуту і т. ін.)	Витрати на збут / Приріст фінансових результатів від операційної діяльності	1	0,17
Коефіцієнт зміни обсягів продажу (Кп)	Показує зміну доходу від реалізації продукції	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) звітного року / Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) попереднього року	3	0,5
4. Показники організаційної діяльності підприємства				
Досвід діяльності на ринку (Д)	Характеризує потенційні здібності підприємства реагувати на зміни ринку	Наявність досвіду роботи на ринку більше 3 років	1	0,33
Наявність відділу маркетингу (М)	Характеризує можливість підприємства вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку	Наявність	2	0,67
5. Показники конкурентоспроможності товарів підприємства				
Ефективність товару (Ет)	Відображає пріоритет та переваги виробленої продукції і-го підприємства на ринку в порівнянні з іншими підприємствами	Рентабельність продажу досліджуваного підприємства / Середньозважену рентабельність продажу у вибірці	2	0,33
Коефіцієнт цінової конкурентоспроможності (Кцк)	Характеризує ступінь можливого зниження ціни порівняно з ринковою, за якого забезпечується беззбитковість виробництва	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) звітного року – Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) / Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) звітного року	1	0,17
Коефіцієнт якості (Кя)	Вказує на відносну величину втрат (надбавки) підприємства від реалізації продукції нижче (вище) нормативного значення	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) звітного року / Умовний грошовий дохід	3	0,5

Джерело: розроблено автором на основі [5–9].

Розрахунок інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності підприємства слід визначати за формулою середньозваженої арифметичної:

$$I_{\text{ПКп}} = 0,2K_{\text{ЕВ}} + 0,27K_{\text{ЕФ}} + 0,33K_{\text{ЕЗ}} + 0,07K_{\text{ОД}} + 0,13K_{\text{КП}}, \quad (1)$$

де, $I_{\text{ПКп}}$ – інтегрований показник потенціалу конкурентоспроможності підприємства;

$K_{\text{ЕВ}}$ – синтетичний коефіцієнт ефективності виробничої діяльності підприємства;

$K_{\text{ЕФ}}$ – синтетичний коефіцієнт ефективності фінансової діяльності підприємства;

$K_{\text{ЕЗ}}$ – синтетичний коефіцієнт ефективності збутової діяльності підприємства;

$K_{\text{ОД}}$ – синтетичний коефіцієнт організаційної діяльності підприємства;

$K_{\text{КП}}$ – синтетичний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції.

Перелічені синтетичні коефіцієнти, що входять до інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності підприємства, можуть бути розраховані таким чином (формули (2)–(6)):

$$K_{ЕВ} = 0,07Ев + 0,13Ф + 0,27Нп + 0,33Пп + 0,2Яоз, \quad (2)$$

де Ев – ефективність витрат виробництва сільськогосподарської продукції;

Ф – показник фондівдачі;

Нп – відносний показник норми прибутку;

Пп – відносний показник продуктивності праці;

Яоз – якісний стан основних засобів підприємства.

$$K_{ЕФ} = 0,07Ка + 0,33Кл + 0,2Ко + 0,27Кп + 0,13Кфс, \quad (3)$$

де Ка – коефіцієнт автономії підприємства;

Кл – коефіцієнт абсолютної ліквідності;

Ко – коефіцієнт оборотності оборотних активів;

Кп – коефіцієнт покриття;

Кфс – коефіцієнт фінансової стійкості.

$$K_{ЕЗ} = 0,33Рр + 0,17Ез + 0,5Кп, \quad (4)$$

де Рр – рентабельність реалізації сільськогосподарської продукції;

Ез – коефіцієнт ефективності витрат на збут;

Кп – коефіцієнт зміни обсягів продажу.

$$K_{ОД} = 0,33Д + 0,67М, \quad (5)$$

де Д – досвід діяльності на ринку;

М – наявність відділу маркетингу.

$$K_{КП} = 0,33Ет + 0,17Кцк + 0,5Кя, \quad (6)$$

де Ет – ефективність товару;

Кцк – коефіцієнт цінової конкурентоспроможності;

Кя – коефіцієнт якості продукції.

Особливість застосування цієї методики оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства полягає у широкому охопленні всіх показників господарської діяльності (виробничої, фінансової, збутової, організаційної та товарної політики підприємства), що в цілому впливають на конкурентоспроможність підприємства та дають можливість щодо проведення вчасної діагностики стану підприємства на регіональному ринку, визначити ефективність наявної конкурентної стратегії, синергетичний вплив окремих факторів та чинників, а також визначити успіх аграрних підприємств на певному ринку продовольства стосовно сукупності аналогічних показників діяльності підприємств-конкурентів.

Ця методика розрахунку критеріїв потенціалу конкурентоспроможності підприємства, крім визначення місця підприємства на ринку, дає можливість виділити саме ті складові підприємства, що потребують негайного забезпечення тими чи іншими ресурсами, а також виявити ті недоліки, вплинувши на які можна підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства, вплинути на зміну конкурентної позиції на ринку.

Заключним етапом аналізу діяльності конкурентів є побудова конкурентної карти ринку, тобто класифікація конкурентів щодо позиції, яку вони займають на ринку відповідно до рівня потенціалу конкурентоспроможності.

Розподіл ринкових часток дає можливість виділити стандартні положення підприємств на продовольчому ринку. Як правило, йдеться про лідерів ринку – підприємств з максимальними значеннями ринкових часток та підприємств аутсайдерів – тих, що займають низькі позиції, а також інших груп, що знаходяться між ними (підприємства із сильними та слабкими конкурентними позиціями).

Для аналізу зміни конкурентної позиції підприємств на основі ринкової частки необхідно сформулювати типові позиції підприємства саме за темпами зростання ринкової частки. До попереднього розміщення до уваги беруться зміни, які відбулися в діяльності підприємства. Так, ті підприємства, в яких ринкова частка зросла максимально, від-

носяться до першої групи – підприємства зі швидким покращанням конкурентної позиції; підприємства із невисоким рівнем зростання, що відповідає середньому значенню за вибіркою відносяться до другої групи – підприємства із конкурентною позицією, що покращується; третя група – підприємства, в яких за досліджуваний період ринкова частка зменшилася, хоча вони все рівно можуть і надалі займати ринкові позиції – підприємства із конкурентною позицією, що погіршується; четверту групу складають підприємства зі швидким погіршенням.

Такий аналіз дозволить більш обґрунтовано підійти до питання розроблення конкурентної стратегії, маючи можливість не лише врахувати конкурентний статус підприємства, а й особливості його ринкового оточення, визначити особливості розвитку конкурентної ситуації, установити ступінь домінантного підприємства цього ринку, виділити головних конкурентів та оцінити стосовно них конкурентну позицію на ринку.

Наявні методи оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства можна поділити на дві групи – ті, що в результаті аналізу дають конкретне числове значення щодо рівня потенціалу конкурентоспроможності та ефективності реалізованої конкурентної стратегії, та ті, що не мають конкретного значення, а лише дають можливість отримати узагальнюючі характеристики. На мікрорівні більш прийнятними є методи, які дозволяють на основі використання конкретних статистичних даних отримати чисельно виражений показник.

До аналітичних методів оцінювання конкурентоспроможності та визначення рівня протидії конкурентів у боротьбі використовують показник концентрації, що визначається таким чином:

$$P_k = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + P_4}{\sum_{i=1}^m P_i}, \quad (7)$$

де P_1-4 – обсяг реалізації сільськогосподарської продукції чотирьох перших підприємств ринку серед інших аналогічних товаровиробників галузі; P_i – загальний обсяг реалізації продукції конкретного ринку [4].

Відповідно до рівня показника концентрації підприємств у галузі визначається інтенсивність конкуренції. Чим вища концентрація виробництва, тим нижчий рівень інтенсивності конкуренції, і навпаки.

Одним із недоліків коефіцієнта концентрації є те, що він не враховує загальну кількість підприємств, які діють на цьому галузевому ринку.

Певною мірою цих недоліків позбавлений індекс Херфіндала-Хіршмана (I_x), що показує, яку ринкову частку займають невеликі суб'єкти господарювання і розраховується як сума квадратів ринкових часток всіх підприємств галузі:

$$I_x = \sum_{i=1}^n D_i^2, \quad (8)$$

де D_i – ринкова частка ринку i -го підприємства.

Цей індекс може мати значення від 0 до 10,000 (або від 0 до 1,000). Зі зростанням концентрації у галузі індекс Херфіндала збільшується.

Г. Азоєв у проведенні побудови конкурентної карти ринку пропонує використовувати також показник стабільності ринкової частки (C_i), який можна розрахувати за такою формулою:

$$C_i = (K_i - K_i^n) / K_i, \quad (9)$$

де K_i – сумарна кількість продукції, що реалізується i -тим підприємством;

K_i^n – кількість продукції i -го підприємства, що придбана споживачами вперше.

При встановленні перспективних цілей, розробленні стратегії розвитку підприємства досить вагомого значення набуває конкурентний статус підприємства (КСП). Різні науковці підходять до цього поняття по-різному. Так, наприклад, І. Ансофф трактує поняття КСП як позицію підприємства на ринку, М. Портер – як конкурентну перевагу.

І. Ансофф пропонує формулу для розрахунку показника КСП:

$$\text{КСП} = (I_n - I_k / I_o - I_k) \cdot (S_n / S_o) \cdot (C_n / C_o), \quad (10)$$

де I_n – рівень стратегічних капітальних вкладень підприємства;

I_k – критична точка розміру капітальних вкладень, що перебуває на межі прибутків і збитків і яка показує, що розмір капітальних вкладень, нижчий від цієї точки, не приводить до одержання доходу;

I_o – точка оптимального розміру капітальних вкладень, після якої збільшення капітальних вкладень призводить до зниження доходу;

S_n, S_o – відповідно діюча й оптимальна стратегія підприємства;

C_n, C_o – відповідно наявна й оптимальна можливість підприємства.

Якщо $\text{КСП} = 1$, то підприємство зможе забезпечити собі винятково сильний статус і буде одним з найефективніших. Якщо хоча б один з показників КСП дорівнює нулю, підприємство не отримає прибутки [10].

Основним чинником конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність його товарів. Для того, щоб вийти на ринок із товаром, який буде спроможний існувати протягом повного життєвого циклу, насамперед треба переконатися в його спроможності вистояти в конкурентній боротьбі.

Показники конкурентоспроможності – це сума системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, що формується на названих індикаторах конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності його продукції. Чим вища конкурентоспроможність його продукції, тим вищий (за інших рівних умов) попит на неї, і тим більший економічний ефект отримує підприємство.

Завданням маркетингової служби підприємства є розроблення товару з оптимальними показниками споживчих властивостей і продажною ціною продукції за максимального використання стимулюючих коштів і коригування діяльності з метою досягнення параметрів нормативно-кон'юнктурного коефіцієнта й тимчасового фактора.

Взагалі, аналіз конкурентоспроможності товару не є досконалим, адже коли проводиться оцінювання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, що діють у межах одного району чи області та мають високий рівень диференціації, аналіз конкурентоспроможності продукції буде недостатнім для формування висновку про загальну конкурентоспроможність підприємства, адже останнє поняття є комплексним і має охоплювати не лише окремих продукт чи групу продукції, а також її якість.

Підвищенню конкурентоспроможності та ефективності застосування конкурентних стратегій підприємств аграрної сфери економіки сприяють маркетингові дослідження, які дозволяють визначити мету відносно рівня продажу (на підставі оцінки обсягу ринку, визначення основних та потенційних споживачів); намітити рівень прибутковості, визначити рівень продажу; розробити стратегії для окремих сегментів ринку на підставі даних про кон'юнктуру кожного окремого ринку; встановити фінансові цілі на підставі прогнозу продажною ціною товару; розробити стратегію комунікації та заходи щодо просування товару на ринки; встановити перспективні цілі та розробити стратегію розвитку підприємства [10].

Висновки. Оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства має не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки знання його рівня дає можли-

вість аграрним підприємствам визначити ефективність ведення конкурентної боротьби (конкурентної стратегії) та визначитися з подальшою стратегією своєї поведінки на ринку.

Отже, головним питанням у визначенні потенціалу конкурентоспроможності аграрного підприємства є проблема в оцінюванні міри розвитку стратегічного потенціалу підприємства та сформованих умов зовнішнього середовища щодо створення й забезпечення на високому щаблі конкурентної переваги аграрного підприємства. Вирішивши цю проблему, доречно говорити про потенціал конкурентоспроможності підприємства та наявні передумови для забезпечення високого рівня конкурентної переваги цього підприємства. Оптимальний вибір та ефективність реалізації конкурентної стратегії, у першу чергу, залежить від обсягу потенціалу, що має підприємство, потенціалу його конкурентоспроможності (ефективності використання наявних ресурсів), частки ринку, яку займає підприємство, конкурентної позиції на ньому – лідер, сильна, слабка чи позиція аутсайдера, та цілей, які ставить перед собою підприємство.

Список використаних джерел

1. Амбросов В. Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань / В. Я. Амбросов, Т. Г. Маренич // Вісник ХНАУ. Серія: Економіка АПК і природокористування. – 2009. – № 10. – С. 23–28.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : Професіонал, 2006. – 332 с.
3. Митяй О. В. Основні напрямки оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств / О. В. Митяй // Вестник науки Тольяттинского государственного университета. – 2013. – № 3(14). – С. 53–59.
4. Лупенко Ю. О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк. – К. : ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 182 с.
5. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К. : Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
6. Охріменко І. В. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери / І. В. Охріменко // Актуальні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, аудит та фінансування : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції викладачів, молодих учених та студентів (18–19 листопада 2013 р.). – Херсон : Грінв Д. С., 2013. – С. 77–85.
7. Портер М. Конкуренция : учеб. пособие / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2001. – 495 с.
8. Стоянова-Коваль С. С. Оцінка потенціалу аграрної сфери до галузевих структурних зрушень в контексті світових тенденцій / С. С. Стоянова-Коваль // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2010. – № 1. – С. 36–43.
9. Гришова І. Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых потоков / И. Ю. Гришова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2012. – № 1. – С. 22–24.
10. Крюкова І. О. Фінансова архітектура інноваційного розвитку підприємства АПК / І. О. Крюкова // Соціально-економічний розвиток України в умовах трансформаційних змін: виклики, тенденції, перспективи : [колективна монографія] / за ред. В. І. Аранчій. – Полтава : ТОВ НВП «Укпромторгсервіс», 2013. – С. 43–52.
11. Кузель В. В. Методологические основы формирования стратегий повышения конкурентоспособности предприятия / В. В. Кузель // Актуальные проблемы интеграции экономических интересов России и Украины : сборник научных трудов МНПК. – Тольятти : Издательство ТГУ, 2014. – С. 228–237.
12. Школьный О. О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств : монографія / О. О. Школьный ; Уман. держ. аграр. ун-т. – Умань, 2007. – 308 с.