

УДК 658.821: 631.11

Николюк Ольга Николаевна (г. Житомир, Украина)

кандидат экономических наук, доцент кафедры компьютерных технологий и моделирования систем Житомирского национального агроэкологического университета

ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Определены источники формирования конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий, зависимо от этапа хозяйственного процесса. Выявлены и систематизированы качественные, количественные и стоимостные характеристики ресурсов, которые рассматриваются в качестве первоисточником преимуществ над конкурентами. Идентифицированы параметры технологических процессов и продукции в сельском хозяйстве, которые также формируют конкурентные преимущества.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, источники конкурентных преимуществ, сельскохозяйственные предприятия.

Annotation. The sources of competitive advantages of agricultural enterprises depending on stage of the economic process have been determined. Quality, quantity and value characteristics of resources, which are considered as the source of advantage over competitors have been revealed and systematized. The characteristics of technological processes and finished products in agriculture, which also form a competitive advantage, have been identified.

Keywords: competitive advantages, sources of competitive advantages, agricultural enterprises.

Постановка проблемы. В сегодняшних условия общепризнанным является факт, что успешность деятельности предприятия (в т. ч. сельскохозяйственного) в значительной степени определяется уровнем его конкурентоспособности. Поскольку уровень показателей, которые лежат в основе конкурентоспособности страны (в частности степень развития бизнеса), определяется на микроуровне, повышение общегосударственного рейтинга в рамках мирового пространства требует формирования конкурентного статуса отечественных субъектов хозяйствования на мировых рынках. В данном контексте чрезвычайно актуальной является проблема разработки современной научной теории формирования конкурентоспособности предприятий. При этом основой такой теории должны стать источники конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий как базового элемента сельского хозяйства страны.

Анализ последних исследований. Среди основоположников теории конкурентоспособности предприятия в первую очередь следует выделить М. Портера, К. Прахалада, Дж. Робинсон, Р. Фатхутдинова, Ф. Хайека, Г. Хамела, Дж. Хикса, Э. Чемберлина и др. Их научные труды посвящены выявлению источников конкурентных преимуществ фирмы, а также разработке методов их формирования. Весомый вклад в развитие зарубежной теории конкурентных преимуществ принадлежит Дж. Барни, Р. Гранту, Р. Еймиту, Д. Тису, П. Шоемейкеру и др. (ресурсная теория); Ф. Муру (концепция коэволюционного развития фирмы), М. Брандербургеру и Дж. Нейлбаффу (теория соконкуренции). Вопросы конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий исследуют такие украинские ученые как И. Гуророва, В. Збарский, Л. Евчук, А. Ульянченко, А. Школьный, И. Яцив и др. Однако, несмотря на неоспоримое значение теоретических наработок упомянутых и других ученых, пока еще неразработанной остается критериальная система классификации источников конкурентных преимуществ, которая дала бы возможность руководству сельскохозяйственного предприятия выделить все возможные сферы формирования преимуществ и выбрать для себя оптимальные из них. Отсутствие соответствующих классификаций обуславливает необъективность результатов оценки конкурентоспособности как индикатора опережения предприятия своих конкурентов и, наоборот – преобладание соперников относительно субъекта хозяйствования.

Научная новизна. Систематизированы источники конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий, учитывая сферы их формирования, а также определены факторы, которые прямо и косвенно влияют на каждый отдельный источник.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является выявление и систематизация источников конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий. Для этого необходимо решить следующие задачи: 1) выделить классификационный признак источников конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий; 2) выявить преимущества в пределах каждой из групп их источников; 3) идентифицировать факторы прямого и косвенного воздействия на соответствующие конкурентные преимущества; 4) изучить характер взаимосвязей между выявленными источниками конкурентных преимуществ.

Результаты исследования. Конкурентные преимущества как источник конкурентоспособности предприятия формируются в пределах его операционного цикла. Последний включает этапы ресурсного обеспечения, производства и реализации продукции. В основе каждого этапа лежат, во-первых, ресурсы и, во-вторых, результаты предыдущих этапов. Поэтому, логично предположить, что преимущества, сформированные на предыдущих подпроцессах, определяют наличие и характеристики преимуществ конечных этапов цикла. Количественные, качественные и стоимостные характеристики ресурсов являются потенциальными конкурентными преимуществами, которые могут формироваться на этапе обеспечения производственного процесса средствами хозяйственной деятельности. Исходными первичными ресурсами хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий являются трудовые и природные, прежде всего, земельные, ресурсы. Земля как основа сельскохозяйственного производства характеризуется количественными (площадь угодий) и качественными параметрами. Для сельскохозяйственного производителя главным свойством земельных ресурсов является уровень их плодородия. Плодородие следует рассматривать как потенциальное конкурентное преимущество, на которое влияют биологические, агрохимические и агрофизические показатели угодий.

И качественные, и количественные параметры земельных ресурсов зависят от финансовых возможностей предприятия. Кроме того, сельскохозяйственные предприятия обычно полностью зависят от ресурсов, имеющихся в регионе, в котором они находятся, т. е. от территориального фактора. На качество почвы также существенное влияние имеют природные и антропогенные факторы. К первым относятся природно-климатические и погодные условия, которые обычно являются случайными и практически не поддаются контролю. Однако, из-за высокого уровня развития НТП определяющую роль начинают играть факторы человеческого влияния, в частности результаты использования тех или иных методов хозяйствования, которые могут как снизить, так и значительно повысить качество земельных ресурсов сельскохозяйственных предприятий. Указанные факторы косвенно, через воздействие на качественные и количественные параметры земельных ресурсов, влияют на уровень конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия.

Аналогично земельным ресурсам, территориально ограниченными являются и трудовые ресурсы сельскохозяйственных предприятий. Конкурентным преимуществом является доступ хозяйствующих субъектов к необходимому объему трудовых ресурсов с учетом повышенного спроса на рабочую силу в наиболее напряженные периоды сельскохозяйственных работ. Однако, большинство ученых ключевым фактором конкурентоспособности предприятия считают не количественные, а качественные характеристики трудовых ресурсов, связанные с ключевыми компетенциями предприятия. Последние, по мнению Г. Хамела и К. Прахалада, обеспечивают устойчивость конкурентных преимуществ и долговременную конкурентоспособность [7, с. 178–185]. Под компетенциями экономисты понимают навыки и умения как организации в целом, так и персонала и отдельных работников.

Обобщая результаты исследований [4, с. 145-146; 5, с. 107; 3, с. 137-138; 6, с. 113-114; 1, с. 15; 2, с. 373] выделены следующие качественные характеристики (компетенции) трудовых ресурсов: профессиональные (квалификация, компетентность, профессиональное мастерство и мобильность), деловые (коммуникативная культура, волевые и организаторские способности), личные (культура поведения, знание этикета, волевые свойства, эрудиция и др.), демографические (возраст, пол, семейное положение и т. п.), медико-биологические (состояние здоровья), экологические (способность человека и его организма адаптироваться к условиям внешней среды) и моральные (нормы, ценности человека, его отношение к труду, обязанностям).

Потенциальными преимуществами предприятия являются оперативность доступа и невысокая стоимость денежных средств в виде процентов по займу. Существенным конкурентным преимуществом могут стать качественные и количественные параметры основных средств производства, а также сырья и материалов сельскохозяйственных предприятий, которые являются технологической основой сельского хозяйства. Важной характеристикой, определяющей результативность производства, является своевременность и полнота обеспечения производственного процесса такими средствами как топливо и нефтепродукты, минеральные и органические удобрения, средства защиты, стимуляторы роста и развития, семена и посадочный материал, корма, сидераты и т. д.

Индикаторы качества сырья и материалам целесообразно рассматривать во взаимосвязи с результатами их применения, к которым относятся: 1) достаточные качество и объем урожая (продукции животноводства); 2) восстановление качества, в частности плодородия, почвы; 3) экологичность и безопасность применения. Конкурентными преимуществами в данном случае будут качественные характеристики сырья и материалов, которые дают возможность обеспечить один или несколько из перечисленных результатов. В контексте качества сельскохозяйственной продукции важно обеспечить как ее биологические (содержание питательных веществ, микроэлементов), так и экологические параметры.

В условиях необходимости обновления техники сельскохозяйственного назначения на основе инновационного развития все более актуальными становятся ресурсосберегающие параметры основных средств. К ним относятся число операций, выполняемых за один проход, расходы и экологичность используемого техникой топлива, расходы оборотных средств. Специфическим видом основных средств сельскохозяйственных предприятий является поголовье животных, порода которых в значительной степени определяет результативность производства продукции животноводства.

Следующим этапом хозяйственного процесса сельскохозяйственных предприятий является непосредственно производство, в рамках которого формируются конкурентные преимущества, касающиеся сельскохозяйственной продукции, в частности ее количества, качества и стоимости. К количественным индикаторам результативности производства относятся уровень урожайности в растениеводстве и продуктивности животных в животноводстве. Качественные характеристики изготовленной сельскохозяйственной продукции включают ее физические (размер, цвет, форма, прочность, свежесть, влажность и т. д.), химические (содержание основного вещества, а именно: жира, белков, углеводов, сахара и т. д.), биологические (вкус, чистота, зараженность вредителями, способность накапливать и удерживать питательные вещества, содержание микроорганизмов и т. д.) свойства. При этом основными факторами, которые влияют на качество сельскохозяйственной продукции, являются непосредственно вид продукта и направление его использованием (для промышленных или продовольственных целей) [9, с. 670]. Перечисленные характеристики формируются под влиянием результатов ресурсного обеспечения и особенностей технологического процесса.

Существенное влияние на качественные характеристики продукции растениеводства имеют технологии выращивания сельскохозяйственных культур. Среди наиболее

перспективных выделяют нулевую и минимальную технологии обработки грунта, органическую и биологическую системы земледелия и т.д. Также конкурентным преимуществом продукции сельскохозяйственного предприятия может быть ее экологичность. При этом одинаковое значение имеют уровень экологической безопасности как самого продукта, так и процесса его изготовления.

Стоимостные характеристики продукции формируются под влиянием производительности ресурсов (конкурентные преимущества этапа ресурсного обеспечения). Существенное значение в формировании стоимости продукции растениеводства играют ресурсосберегающие техника и технологии, которые, во-первых, обеспечивают выполнение нескольких операций за один подход и, во-вторых, экономию трудовых (в т. ч. за счет механизации) и материальных (в частности топлива, семена средств защиты, удобрений и т.п.) ресурсов.

Что касается продукции животноводства, то ее конкурентные преимущества создаются на этапах: осеменения и отела, выращивания молодняка, раздоя коров, содержания, кормления и доения коров, первичной и вторичной обработки молока – для молочной отрасли; осеменения и отела, воспроизводства и выращивания телят на отлучение, выращивания молодняка после отлучения от коров и его интенсивного откорма или нагула – для производства мяса крупного рогатого скота; осеменения и опороса свиноматок, выращивания молодняка, содержания и кормления свиней, откорма свиней – для свиноводства. В целом, выбор технологии производства любого вида сельскохозяйственной продукции должно осуществляться с учетом трех критериев оптимальности, а именно: максимума объема продукции наилучшего качества по наименьшей стоимости. В ином случае необходимо искать такой способ производства, который бы обеспечил максимизацию одного из выделенных параметров без ощутимых потерь в пределах других.

Следующим этапом хозяйственного процесса сельскохозяйственных предприятий, который обычно относится непосредственно к их конкурентным преимуществам, является переработка сельскохозяйственной продукции. Основную роль в этом случае играют стоимостные характеристики продуктов переработки, поскольку их цепи «сельскохозяйственная продукция – продукция переработки» изымается как минимум один элемент – переработчик, а также один или более посредников. Это означает, что выгоды этих агентов распределяться между сельскохозяйственным предприятием (в виде прибыли) и потребителем (в виде экономии на цене).

Заключительным этапом формирования конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий является реализация продукции. На этом этапе сельскохозяйственная продукция (или продукция переработки) трансформируется в товар, качественные и стоимостные характеристики которого определяют результативные показатели хозяйственной деятельности – уровень рентабельности и конкурентоспособности. Именно в товаре, с которым хозяйствующий субъект выходит на рынок, концентрируются конкурентные преимущества всех этапов хозяйственной деятельности.

Формирование конкурентных преимуществ, которые связаны с процессом организации взаимодействия предприятия с потребителем осуществляется в рамках маркетинга. Поэтому результативность реализации продукции сельскохозяйственных предприятий целесообразно рассматривать с позиций концепции маркетинга. Поскольку конкурентоспособность предприятия напрямую связана с его умением удовлетворять потребности потребителей, наиболее обоснованным в контексте выявления источников конкурентных преимуществ является использование концепции 4С, фундаментальной основой которой является четыре параметра: товар, стоимость, коммуникации, доступность [8, с. 26]. При этом все выделенные характеристики должны рассматриваться не как параметры, предлагаемые предприятием потребителю, а как характеристики, сформированные согласно потребностям и запросам последнего. Характеристики товара

идентичны характеристикам продукции с уточнением его ценности именно для потребителей: ассортимент, линия; позиционирование, целью которого является формирование такого восприятия товара и/или предприятия в целом, которое бы отражало их уникальность по сравнению с конкурентами; упаковка и маркировка; жизненный цикл товара, который оказывает существенное влияние на обоснованность ассортимента.

Стоимость товара для покупателя в отличие от цены отражает не расходы и выгоды предприятия, а затраты потребителя на приобретение этого товара. С позиций согласования интересов участников рынка важно учитывать многокритериальности задачи ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. В основе этой задачи должно лежать одновременная максимизация выгод производителя и минимизация затрат потребителя. Расходы на покупку включают расходы субъекта предпринимательства и его прибыль, а также расходы логистической цепи (прежде всего, в форме доходов посредников). Сокращение расходов предприятия позволит снизить себестоимость его продукции. Устранение же из логистической цепи посреднических структур даст возможность сократить конечную цену сельскохозяйственной продукции (для переработчиков и населения) и соответственно расходы потребителей.

В случае снижения себестоимости продукции предприятия относительно конкурентов, разница между затратами предприятия и его конкурентов перераспределяется в форме выгод как производителя, так и потребителя. Одна часть этой разницы трансформируется в дополнительную прибыль предприятия, а другая обусловит экономию покупателя.

Также конкурентные преимущества сферы реализации сельскохозяйственной продукции могут формироваться в рамках процесса ее продвижения через эффективную организацию взаимодействия потребителя и производителя. Коммуникационные преимущества будут иметь место в случае, если предприятие сможет с помощью соответствующих средств и технологий (прежде всего, рекламы и PR-технологий) обеспечить более высокий чем у конкурентов уровень осведомленности потребителей об основных характеристиках и отличительных особенностях товара и непосредственно предприятия. Способы и место реализации должны определяться исходя из удобства и доступности сельскохозяйственной продукции для покупателя, а также из своевременности и полноты удовлетворения его потребности. Т. е. первичными являются запросы потребителя, которые должны формировать возможности производителя.

Особенно высокая концентрация компетенций характерна для сферы управления, целью которого является координация деятельности в рамках отдельных этапов хозяйствования с целью формирования и удержания конкурентных преимуществ на основе эффективной организации привлечения и использования ресурсов и технологий. Управление на любом этапе хозяйственной деятельности предприятия должна осуществляться с учетом принципов эффективности, оптимальности, своевременности и перспективности.

Таким образом, конкурентные преимущества сельскохозяйственных предприятий формируются на каждом отдельном этапе их хозяйственного процесса (рис. 3).

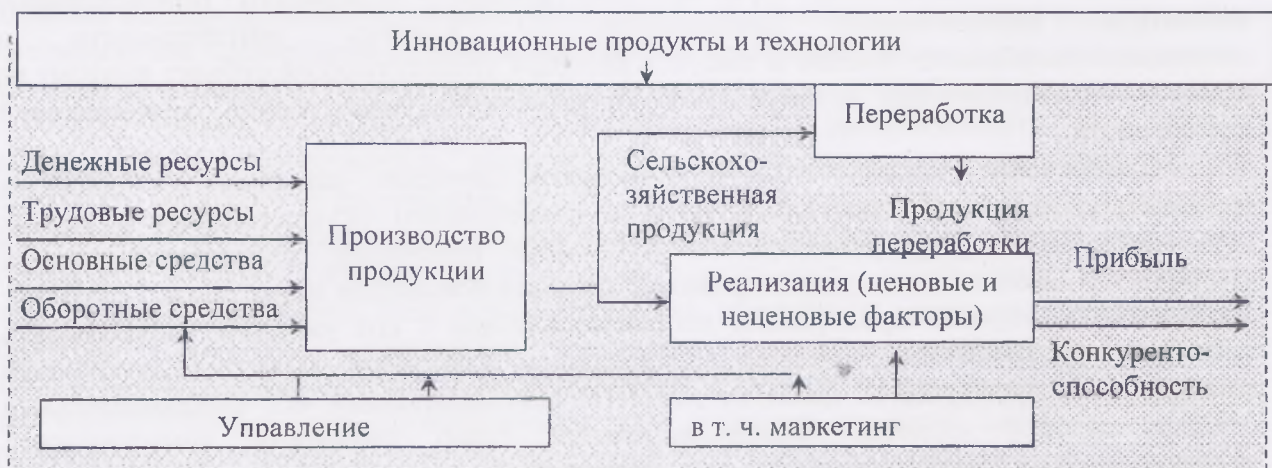


Рис. 1. Функциональная модель процесса формирования конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий

Интеграция преимуществ различных подпроцессов обеспечивает снижение вероятности воспроизведения преимуществ предприятия его конкурентами. Следует также еще раз подчеркнуть, что формирование конкурентных преимуществ должно соответствовать принципам инновационного развития сельскохозяйственных предприятий.

Выводы. Подводя итог, отметим, что основными источниками конкурентных преимуществ в рамках хозяйственного процесса сельскохозяйственных предприятий являются качественные, количественные и стоимостные параметры земельных, трудовых, материально-технических ресурсов, сельскохозяйственной продукции и продукции переработки. Также существенное значение играют ценовые характеристики продукции, ее доступность для потребителей, уровень коммуникации предприятия с потребителями. Существенный эффект могут иметь конкурентные преимущества, сформированные в сфере управления процессом хозяйственной деятельностью предприятия.

Список литературы

1. Зленко А. М. Оцінка працівників методом „360 градусів” / А. М. Зленко // Економічний вісник університету [збірник наукових праць учених та аспірантів]. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди», 2012. – Вип. 18 (1) – С. 12–16.
2. Качала А. О. Якість трудового потенціалу: властивості та параметри / А. О. Качала // Коммунальное хозяйство городов: наук.-техн. сб. Серия : Экономические науки. – К. : Техніка, 2005. – Вип. 65. – С. 371–375.
3. Кваша О. С. Конкурентоспроможність управлінського персоналу підприємств: методологія, методика та актуальність оцінювання / О. С. Кваша // Бізнес-навігатор [Науково-виробничий журнал]. – Херсон : Міжнародний університет бізнесу і права, 2009. – № 2 (17). – С.136-140.
4. Клецова К. В. Формування компетенцій персоналу як основа забезпечення його конкурентоспроможності на ринку праці / К. В. Клецова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Далі. – 2010. – № 1 (143), Ч. 1. – С. 144–151.
5. Коваль Л. В. Проблеми оцінювання якості людського потенціалу підприємства / Л. В. Коваль. – Вісник національного університету „Львівська політехніка. – 2012. – № 722. – С. 104–109.
6. Трофімчук К. В. Основні вимоги до професійної діяльності фахівців з туризму / К. В. Трофімчук // Педагогіка формування творчої особистості у вищій у загальноосвітніх школах : зб. наук. пр. – Запоріжжя, 2010. – Вип. 12 (65). – С. 110–114.
7. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К.К. Прахалад, [Пер. с англ.] – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 288 с.
8. Lauterborn B. New Marketing Litany: Four Ps Passé: C-Words Take Over / B. Lauterborn // Advertising Age. – 1990. – 61(41). – P. 26.
9. Moreda G. Quality of Agricultural Products in Relations to Physical Conditions / Guillermo P. Moreda, Margarita Ruiz-Altisent // Encyclopedia of Agrophysics / Jan Gliński, Józef Horabik, Jerzy Lipiec (eds.). – Dordrecht: Springer, 2011. – P. 669–678.