

УДК 338.439.5:637

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ АУТСАЙДЕРІВ І ЛІДЕРІВ НА РИНКУ МОЛОКА

*В. Свиридова, к.е.н.*

*Львівський національний аграрний університет*

**Постановка проблеми.** Підвищення конкурентоспроможності продукції у сучасних умовах господарювання розглядають як один зі стратегічних напрямів виходу з кризової ситуації, що склалася у галузі молочного скотарства. Призупинити занепад галузі та підвищити конкурентоспроможність її продукції можна за умови розробки єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції молочного скотарства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню проблем конкурентних позицій і формуванню конкурентоспроможності продукції в нашій країні присвячено чимало наукових досліджень (Н. Бей, М. Ільчук, Т. Мостенська, М. Пархомець, П. Саблук та ін.). Однак соціально-економічні умови функціонування галузі постійно змінюються, а це потребує наукового обґрунтування нових тенденції розвитку. Залишається невирішеною і низка проблем, пов'язаних із конкурентоспроможністю продукції молочного скотарства та формуванням конкурентних позицій товаровиробників. Недостатня наукова дослідженість цих питань свідчить про актуальність порушеної проблеми та необхідність її дослідження.

**Постановка завдання.** Аналіз наукових досліджень і публікацій свідчить, що не існує єдиного визначення конкурентоспроможності продукції та єдиного підходу до її оцінювання, а проблемам оцінювання конкурентоспроможності продукції молочного скотарства приділено недостатньо уваги. Отже, наше завдання – дослідження та розроблення методики оцінювання конкурентоспроможності продукції молочного скотарства.

**Виклад основного матеріалу.** Вигідні конкурентні позиції на ринку молока мають ті товаровиробники, які пропонують високоякісну й доступну за ціною продукцію. Високий рівень конкурентоспроможності забезпечує збільшення обсягів продажу та, відповідно, поліпшення фінансового стану підприємства. Як відомо, показники конкурентоспроможності перебувають у функціональній залежності від економічної стійкості галузі. Важливо зазначити, що відмінність між показниками конкурентоспроможності та економічної ефективності полягає в рівні їх затребуваності. Наприклад, встановлено, що для вітчизняних сільськогосподарських виробників вкрай важлива ціна реалізації, рівень якої повинен покривати витрати і створювати резерв для нарощування конкурентних переваг. У зарубіжних країнах акцентують увагу на собівартості продукції, оскільки там діє дотаційний механізм ціноутворення. Що нижчий рівень витрат на виробництво продукції за гарантованих цін держави, то більший дохід залишається у фермера [1, с. 76].

Конкурентну позицію товаровиробника у сегменті продовольчого ринку визначають за результатами рейтингової оцінки, на основі якої розробляють пріоритетні напрями розвитку конкурентоспроможного виробництва [4, с. 77].

У процесі вивчення статистичної інформації визначено такі показники: середньорічну продуктивність корів у сільськогосподарських підприємствах; питому вагу сільськогосподарських підприємств у загальному виробництві молока; повну собівартість одиниці продукції; середню ціну реалізації 1 ц молока; обсяг виробництва молока на душу населення та рівень відповідності попиту пропозиції (табл. 1). За сукупністю значень показників найконкурентоспроможніше виробництво молока у Сокальському, Бродівському та Радохівському районах Львівської області. Найбільшу питому вагу сільськогосподарських підприємств у загальному виробництві молока зосереджено у Сокальському районі, де у 3 рази вона перевищує середнє значення в області. Одну з найнижчих позицій займає Старосамбірський район.

Таблиця 1

Конкурентоспроможність виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах районів Львівської області (2011 р.)

Район	Бал показника за відношенням до його середнього значення у Львівській області*						Інтегральний показник конкурентоспроможності	Рейтинг
	Середньорічний надій молока на одну корову за рік	Частка у с.-г. підприємств в загальному обсязі виробленої продукції	Повна собівартість 1 ц молока	Ціна реалізації 1 ц молока	Виробництво молока на одну особу	Рівень відповідності попиту пропозиції		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Бродівський	129	234	208	209	114	88	1,30	2
Буський	94	97	196	195	127	79	0,99	8
Городоцький	88	72	197	184	74	136	0,93	12
Дрогобицький	92	125	203	218	114	87	1,07	4
Жидачівський	90	91	187	179	108	93	0,92	13
Жовківський	114	59	198	195	81	123	0,95	11
Золочівський	93	84	210	196	89	112	0,97	10
Кам'янка-Бузький	82	78	210	177	97	103	0,91	14
Миколаївський	96	122	195	188	100	100	1,00	7
Мостиський	94	69	187	190	102	98	0,90	15

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Перемишлянський	112	13	203	174	149	67	0,86	16

Пустомитівський	104	84	197	198	58	174	1,03	5
Радехівський	118	159	207	201	109	91	1,14	3
Самбірський	67	53	176	173	136	74	0,80	17
Сокальський	114	363	201	205	258	39	1,63	1
Старосамбірський	66	16	184	159	109	92	0,71	18
Стрийський	67	47	270	200	93	108	0,98	9
Яворівський	131	72	178	201	58	172	1,02	6

\*Середнє значення у Львівській області взято за 100 балів.

Отже, за результатами рейтингової оцінки конкурентоспроможності молочного скотарства можна дійти висновку, що нарощування конкурентних переваг можливе за рахунок ефективного використання ресурсів і вдосконалення процесу виробництва продукції.

Результати рейтингового аналізу засвідчують, що лідером за показником конкурентоспроможності виробництва молока серед районів Львівської області є Сокальський район.

Без якісної сировини неможливо виробити високоякісну продукцію. Це стосується не тільки мікробіологічної чистоти молока, а й його фізико-хімічних показників [2, с. 211].

Молочна сировина конкурентоспроможна за умови високопродуктивного, низькозатратного та менш трудомісткого виробництва, досягти якого можна у сільськогосподарських підприємствах з великою концентрацією поголів'я. На високий рівень конкурентоспроможності молочного скотарства вплинув такий важливий чинник, як питома вага сільськогосподарських підприємств у загальному виробництві молока.

Цей показник у Сокальському районі у три рази перевищує середнє значення в області. Доцільним буде визначення конкурентних позицій сільськогосподарських підприємств Сокальського району.

Об'єднавши 20 сільськогосподарських підприємств-виробників молока в чотири групи за таким показником конкурентоспроможності, як рівень рентабельності, бачимо, що найбільшу питому вагу має група підприємств-аутсайдерів. Сюди віднесено 55% усіх підприємств, що виробляють молоко (табл. 2).

До групи аутсайдерів увійшли збиткові підприємства району з рівнем збитковості -36,5% (див. табл. 2). У цих господарствах є відносно низький обсяг виручки від реалізації молока – 1313 тис. грн за собівартості 2068,9 тис. грн.

Таблиця 2

Групування сільськогосподарських підприємств Сокальського району за конкурентною позицією на ринку молока (2011 р.)

Група господарств із рівнем	Кількість підприємств	Поголів'я корів, гол.	реалізованої продукції	від реалізації	в цілому	реалізованої	від реалізації	рентабельності
-----------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	----------------	----------	--------------	----------------	----------------

рентабельності (збитковості), %	всьо- го, од.	%						
<b>Збиткові господарства</b>								
<b>Аутсайдери</b>	11	55,0	974	14129,9	192,92	246,42	-53,50	-36,5
<b>Прибуткові господарства</b>								
<b>Переслідувачі</b> (рівень рентабельності до 10%)	3	15,0	875	23066	193,59	187,34	6,25	7,2
<b>Претенденти на лідерство</b> (рівень рентабельності від 10 до 30%)	3	15,0	507	14441	195,71	182,58	13,13	15,9
<b>Лідери ринку</b> (рівень рентабельності від 30% і вищий)	3	15,0	512	16590	212,31	175,71	36,59	48,3
Всього за групами	9	45,0	1894	54097	199,89	182,50	17,39	21,1
Всього за підприєм- ствами	20	100	2868	68226,9	198,45	195,74	2,71	2,8

Кількість прибуткових підприємств Сокальського району становить лише 45% від загальної їх кількості. При цьому обсяг реалізованої ними продукції перевищує аналогічний показник групи аутсайдерів майже у чотири рази. Прибуткові сільськогосподарські підприємства ми розділили на групи. Підприємства з рівнем рентабельності до 10% увійшли до другої групи – переслідувачі (підприємств зі слабкою конкурентною позицією).

До групи претендентів на лідерство ми об'єднали три підприємства з рівнем рентабельності від 10 до 30 %. Лідери становили 15% усіх підприємств району. Рівень рентабельності в групі лідерів – 48,3%. Собівартість реалізованої продукції у цих господарствах найнижча – 175,71 грн/ц молока, тоді як у середньому в підприємствах району вона складає 195,74 грн/ц, і навіть у групі переслідувачів – 187,34 грн/ц. Прибуток на одну корову в підприємствах-лідерах – 1185,71 грн, тоді як у середньому в сільськогосподарських підприємствах району цей показник становить 64,50 грн.

Лідера багато конкурентів намагаються наздогнати, тому він, хоча й почувається впевненішим за інших, часто першим змінює ціни, вводить на ринок нову продукцію, стимулює попит. Стосовно претендентів на лідерство, то їх вибір – атака.

Роль “переслідувача” – йти за лідером на відстані. Ця відстань практично незмінна, адже собівартість 1 ц реалізованого молока у цій групі сягає 187,34 грн за максимальної виручки 193,59 грн/ц молока, тоді як у лідерів такі показники на рівні 175,71 грн/ц і 212,31 грн/ц відповідно.

**Висновки.** Для того щоб успішно здійснювати діяльність на ринку, підвищуючи конкурентоспроможність підприємства і продукції, сільськогосподарським товаровиробникам необхідно насамперед визначити власну конкурентну позицію. Для цього потрібно визначити всіх існуючих і потенційних конкурентів, згрупувавши їх за одним із визначальних показників конкурентоспроможності. Отож, підприємство-лідер, маючи у своєму запасі відносно низький рівень собівартості одиниці продукції й високий рівень ціни реалізації, може дозволити собі, на відміну від претендента на лідерство, знизити ціну на продукцію, завоювавши більшість споживачів, залишаючись при цьому прибутковим.

#### **Бібліографічний список**

1. Березівський П. С. Підвищення конкурентоспроможності продукції молочного скотарства : монографія / П. С. Березівський, В. М. Мартинюк. – Львів, 2008. – 195 с.
2. Кічук Н. В. Особливості функціонування ринку молока в Україні: проблеми та перспективи розвитку / Н. В. Кічук // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1(44). – С. 208-213.
3. Нужна О. А. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств / О. А. Нужна // Збірник наукових праць / [за ред. М. І. Бахмата]. – Кам’янець-Подільський : ПДАТА, 2004. – Вип. 12, т. 2. – С. 169-171.
4. Серов В. Г. Розвиток конкуренції на ринку молочної продукції в Україні / В. Г. Серов // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 76-78.

#### **Свиридова В. Оцінка конкурентних позицій аутсайдерів і лідерів на ринку молока**

Досліджено вплив економічної ефективності на конкурентоспроможність молока. Проведено розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності молока. Здійснено оцінку конкурентних позицій сільськогосподарських товаровиробників Сокальського району Львівської області на ринку молока. Проаналізовано чинники впливу на конкурентоспроможність молока. Визначено сутність понять “аутсайдер” і “лідер” ринку.

**Ключові слова:** конкурентна позиція, аутсайдер, лідер, ринок молока, конкурентоспроможність продукції, рейтинг, сегмент ринку.

#### **Svyrydova V. The estimation of the competitive positions of outsiders and leaders at the market of milk**

The influence of economic efficiency on the competitiveness of milk is researched. The calculation of the integral index of milk competitiveness is done. The estimation of competitive positions of agricultural goods producers of Sonal district of Lviv region at the market of milk is carried out. The factors of the influence on the competitiveness of milk are analyzed. The essence of the notions “outsider” and “leader” of the market is determined.

**Key words:** competitive position, leader, market of milk, competitiveness of goods, rating, market segment.

**Свиридова В. Оценка конкурентных позиций аутсайдеров и лидеров на рынке молока**

Исследовано влияние экономической эффективности на конкурентно-способность молока. Проведен расчет интегрального индекса конкурентно-способности молока. Осуществлена оценка конкурентных позиций сельскохозяйственных товаропроизводителей Сокальского района Львовской области на рынке молока. Проанализированы факторы влияния на конкурентоспособность молока. Определена сущность понятий "аутсайдер" и "лидер" рынка.

**Ключевые слова:** конкурентная позиция, аутсайдер, лидер, рынок молока, конкурентоспособность продукции, рейтинг, сегмент рынка.