

Дуранова Т.А., ст. викладач,
Одеський національний економічний університет,
м.Одеса

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТА ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті виконано розрахунок оцінки потенціалу конкурентоспроможності десяти провідних олійно-жирових підприємств України на основі матричної моделі дослідження. Визначені конкурентні переваги та інтегральні показники конкурентоспроможності, що надало можливість виявити лідерів та аутсайдерів на ринку олійно-жирової продукції. Проведено порівняння рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємств у різні роки та виявлено, які його складові розвинуті краще, а яким слід приділити більше уваги для покращення результату.

Ключові слова: конкурентні переваги, рівень потенціалу конкурентоспроможності, олійно-жирові підприємства.

В статье выполнен расчет оценки потенциала конкурентоспособности десяти ведущих масложировых предприятий Украины на основе матричной модели исследования. Определены конкурентные преимущества и интегральные показатели конкурентоспособности, что позволило выявить лидеров и аутсайдеров на рынке масложировой продукции. Проведено сравнение уровня потенциала конкурентоспособности предприятий в разные годы и выявлено, какие его составляющие развиты лучше, а каким следует уделить больше внимания для улучшения результата.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, уровень потенциала конкурентоспособности, масложировые предприятия.

The article provides calculations of the assessment of competitiveness capacity of the top ten oil and fat enterprises in Ukraine on the basis of the matrix model of study. Competitive advantage and integral indicators of competitiveness, which revealed the leaders and outsiders at the market of oil and fat products are identified. Comparison of the level of potential competitiveness of enterprises in different years revealed which components are better developed, and which should be paid more attention to in order to improve the result.

Keywords: *competitive advantage, the level of potential competitiveness, oil-fat enterprise.*

Постановка проблеми. У сучасних ринкових умовах, перед підприємствами стоїть проблема в необхідності виявлення своїх конкурентних переваг та забезпеченні їх стійкості на конкурентному ринку на основі взаємоузгодження можливостей підприємств з невикористаними резервами з метою максимальної ефективності роботи.

Одним із головних питань є оцінка потенціалу конкурентоспроможності підприємства та подальша розробка заходів, спрямованих на виявлення та використання його конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковій літературі та в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів були розглянуті поняття конкурентних переваг, конкурентоспроможності та методи оцінки потенціалу конкурентоспроможності. Найбільшого розвитку ці питання здобули в роботах І. Ансоффа, Г. Л. Азоева [1, с. 48], О. Ю. Амосова [2, 79 - 83], О. Ф. Балацького, А. Е. Воронкової, М. О. Єрмолова, А. В. Кваско [3, 114-121], Б. З. Мильнера [4, с. 187], М. Портера, М. Пивоварова [5, с. 34-44], С. В. Чурилова [6, с. 143-150], Р. А. Фатхутдінова [7, с. 296], Т. М. Янковця та інших.

Проте питання, пов'язані з розробкою комплексу методів оцінки та формування напрямів розвитку потенціалу конкурентоспроможності

підприємства, спрямованих на створення й забезпечення конкурентних переваг потребують більш детального доопрацювання.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення конкурентних переваг та оцінка потенціалу конкурентоспроможності олійно-жирових підприємств України в умовах ринкових взаємин.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг, без останніх неможлива конкурентоспроможність. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства та які можна виміряти відповідними економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність виробництва, ринкова частка, обсяг продажу) [1, с. 48].

Потенціал підприємства є структурним утворенням взаємопов'язаних компонентів системи, а його конкурентоспроможність надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи відносно аналогічних показників потенціалу конкурентного підприємства на ринку [6, с. 145].

Оцінка потенціалу конкурентоспроможності проводиться з метою вибору стратегії забезпечення конкурентних переваг, для обґрунтування якого визначимо інтегральний показник «Рівень потенціалу конкурентоспроможності» з використанням матричного методу балів. Використання інтегрального показника дає змогу порівнювати потенціали конкурентоспроможності підприємств-конкурентів. Також цей показник можливо використовувати для порівняння рівня потенціалу конкурентоспроможності одного підприємства у різні роки.

Далі, в даній науковій роботі для того, щоб визначити кількісний рівень потенціалу конкурентоспроможності та проаналізувати вплив факторів-конкурентних переваг на цей показник, наводиться конкретний приклад процедури оцінки на основі одного з поширених матричних методів балів який передбачає виконання наступних етапів [5, с. 35]:

1. Формування матриці вихідних оціночних показників, до складу якої входять m - ключових показників конкурентоспроможності для n об'єктів.

Кожен i -й показник ($1 \leq i \leq m$) на j -му об'єкті ($1 \leq j \leq n$) задається величиною відповідного коефіцієнта K_{ij} , і в підсумку, створюється, матриця X , рядки якої характеризують аспекти конкурентоспроможності об'єкта за m різними показниками:

$$X = \begin{bmatrix} K_{11} & K_{12} & K_{13} & K_{1n} \\ K_{21} & K_{22} & K_{23} & K_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ K_{m1} & K_{m2} & K_{m3} & K_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

2. Побудова вектора, який складається з максимальних значень за кожним з тих показників. Цей вектор становить додатковий ряд чисел (K_{max}) показників підприємства еталона, де:

$$K_{maxi} = \max K_j (1 \leq i \leq n) \quad (2)$$

3. Складання нормалізованої матриці X' шляхом стандартизації показників виходить матриця K_u до відповідного показника еталонного підприємства за формулою:

$$K_{ij} = \frac{K_{ij}}{K_{maxi}} \quad (3)$$

Слід зазначити, що стандартизація дозволяє уникнути неявного ранжирування показників, коли мала варіація окремого показника може вплинути на результати оцінки.

4. Розрахунок балів, отриманих підприємствами за певним оціночним показником шляхом порівняння їх фактичних значень з найкращими в даній сукупності:

$$B_{ij} = K_{ij} \times B_{maxi} \quad (4)$$

де B_{max} – максимально встановлений бал оцінювання окремого показника.

5. Ранжування оціночних показників за ступенем вагомості. Результатом цього етапу є побудова деякого вектора ($k_1 \dots k_2 \dots k_m$), де k_1 – коефіцієнт вагомості кожного показника. У вітчизняній практиці вагомість показників прийнято визначати експертним шляхом.

6. Отримання узагальненої бальної оцінки потенціалу конкурентоспроможності та ранжування підприємств в порядку зростання інтегрального показника з використанням наступної формули:

$$K_{pнк} = \sum_{j=1}^n B_{ij} \times k_i \quad (5)$$

Рівень потенціалу конкурентоспроможності підприємства визначається як набір складових маркетингового, економічного, фінансового та виробничо-технічного потенціалу, які не можуть бути оцінені розрахунком тільки одного показника, тому на практиці визначається система показників, які характеризують окремі складові.

Усі складові конкурентоспроможного потенціалу підприємства взаємопов'язані між собою, а їх поєднання характеризує стан та можливості підприємства по створенню, зміцненню та розвитку власних конкурентних переваг [3, с. 117].

У табл. 1 представлено групові та одиничні показники конкурентних переваг, що враховані при оцінці потенціалу конкурентоспроможності провідних олійно-жирових підприємств України.

Вибір показників для кількісного аналізу потенціалу конкурентоспроможності підприємств визначається комплексом поставлених завдань і відбиває єдність цілей і можливостей опису різних сторін функціонування підприємств на ринку [4, 187].

Складові потенціалу конкурентоспроможності підприємств

Складові потенціалу конкурентоспроможності	Стратегічні цілі	Показники (індикатори конкурентних переваг)	
Маркетинговий потенціал	Підтримання та розширення попиту на продукцію	X1	коефіцієнт відносної частки ринку
		X2	коефіцієнт оборотності оборотних активів
		X3	рентабельність продажу
		X4	коефіцієнт зміни обсягу продаж
Економічний потенціал	Підвищення ефективності діяльності підприємства	X5	показник фондівдачі
		X6	продуктивність праці
		X7	матеріаловіддача
		X8	рентабельність продукції
Фінансовий потенціал	Підвищення ефективності фінансової діяльності	X9	коефіцієнт абсолютної ліквідності
		X10	коефіцієнт автономії
		X11	коефіцієнт покриття
		X12	коефіцієнт фінансової стабільності
Виробничо-технічний потенціал	Підвищення технічного рівня виробництва та ефективності виробничої діяльності	X13	коефіцієнт оновлення основних засобів
		X14	показник фондоозброєності
		X15	коефіцієнт завантаження виробничих потужностей
		X16	коефіцієнт придатності основних засобів

Кожна з груп характеристик включає низку показників, які описують чинники як рушійні сили процесу забезпечення високого рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємств [2, с. 82].

Статистичною базою дослідження стали дані відкритої фінансової звітності та власні веб-сайти олійно-жирових підприємств України. Для практичної апробації запропонованого методичного підходу до визначення конкурентних переваг та потенціалу конкурентоспроможності обрано десять підприємств, які здійснюють свою діяльність як на національному так і на світовому ринку олійно-жирової продукції. Період дослідження тривав з 01.01.2012р. до 01.01.2014р.

До складу оцінювання групи підприємств увійшли такі провідні підприємства як:

1. ПАТП „Дніпропетровський олійноекстракційний завод”,
2. ПАТ „Кіровоградолія”,
3. ПАТ „Полтавський олійноекстракційний завод”,
4. ПАТ Вовчанський олійноекстракційний завод”,
5. ПАТ «АДМ Іллічівськ»
6. ПАТ „Чернівецький олійно-жировий комбінат”,
7. ПАТ „Пологівський олійноекстракційний завод”,
8. ПАТ „Запорізькій олійножировий комбінат”,
9. ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат»,
10. ПАТ «Креатив».

Ці підприємства займаються переробкою олійної сировини, в основному насіння соняшника та виробництвом нерафінованої соняшникової олії, як правило на давальницьких умовах. Деякі підприємства здійснюють більш глибоку переробку соняшникової олії та виробляють різноманітну олійно-жирову продукцію.

В табл.2 представлені розраховані бали по кожному показнику, шляхом порівняння їх фактичних значень з найкращими в даній сукупності.

Виходячи з розрахунку оцінених балів можна охарактеризувати кожне підприємство. Так максимальне значення показника підприємства еталона і є конкурентною перевагою відносно інших підприємств та оцінюється в 10 балів.

Але наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичної переваги, лише в комплексі вони можуть впливати на конкурентоспроможність підприємства. Рівень потенціалу конкурентоспроможності визначається як комплексна порівняльна характеристика за певний проміжок часу та відображає рівень переваги сукупності оцінених показників господарської діяльності підприємства по відношенню до сукупності аналогічних показників конкурентів.

Таблиця 2

Результати розрахунку балів оціночних показників олійно-жирових підприємств за 2011-2013 роки

Підприємство	Роки	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆
1. Дніпропетровський олійноекстракційний завод	2011	6,01	2,175	10	5,055	3,765	4,506	5,745	10	0,046	5,461	1,686	2,037	0,030	0,399	9,899	4,397
	2012	6	2,308	10	5,471	4,005	2,913	7,433	10	0,216	9,924	4,769	10	0,029	0,354	9,798	3,785
	2013	4,10	4,658	3,012	5,746	3,848	1,607	7,193	10	0,502	9,954	1,284	9,579	0,031	0,293	9,290	3,304
2. Кіровоградолія	2011	6,09	4,225	5,054	2,504	0,097	1,647	3,197	4,033	2,094	4,486	8,520	2,930	0,026	8,947	9,798	6,918
	2012	5,93	5,364	3,585	7,384	0,137	1,666	2,971	2,893	4,367	9,592	10	5,603	0,023	10	9,899	6,392
	2013	4,10	7,494	0,729	5,442	0,117	0,804	2,860	1,858	9,542	10	10	10	0,020	8,941	8,443	6,122
3. Полтавський олійноекстракційний завод	2011	5,97	7,950	5,150	8,270	0,012	1,914	2,666	4,126	0,137	3,218	7,943	1,272	0,026	10	9,596	0,806
	2012	5,81	4,989	2,720	6,917	0,017	1,248	6,669	2,140	0,098	5,828	2,129	1,045	0,023	8,200	10	0,891
	2013	3,84	5,293	0,818	4,217	0,012	0,455	3,990	2,104	0,104	5,791	0,819	1,260	0,020	7,446	8,494	0,936
4. Вовчанський олійноекстракційний завод	2011	4,09	6,055	0,732	0,722	0,074	0,783	2,700	0,496	0,595	10	10	7,323	0,546	4,607	9,798	5,781
	2012	4,48	9,669	2,434	10	0,140	0,979	7,145	1,899	0,535	9,615	4,557	5,164	0,190	4,855	9,798	5,417
	2013	2,88	9,288	0,923	3,874	0,085	0,346	5,413	2,399	0,142	9,598	0,892	7,142	0,181	4,572	6,694	5,267
5. АДМ Іллічівськ	2011	2,84	7,712	4,357	4,247	0,182	1,688	4,032	3,380	0,256	5,488	8,624	10	2,962	5,513	8,182	7,838
	2012	2,56	10	5,964	7,886	0,254	1,622	7,178	5,185	1,353	10	3,941	8,521	0,866	6,125	9,596	7,464
	2013	1,67	9,028	0,599	5,699	0,221	0,870	6,080	2,013	0,380	8,787	0,552	4,314	0,410	6,063	8,486	7,229
6. Чернівецький олійно-жировий комбінат	2011	1,89	9,294	3,527	7,692	0,358	1,160	10	2,649	0,103	3,301	2,081	1,339	6,862	1,838	8,687	7,487
	2012	20,5	6,393	4,864	3,311	0,102	0,471	10	4,083	0,129	7,762	2,055	2,122	0,884	5,907	9,899	10
	2013	1,37	10	0,445	6,590	0,101	0,310	10	2,700	0,78	7,562	0,582	2,453	1,098	6,317	9,010	9,679
7. Пологівський олійноекстракційний завод	2011	6,12	3,553	4,447	6,838	1,490	5,185	1,853	3,463	8,530	1,011	1,642	0,376	3,320	1,719	9,899	6,519
	2012	5,87	2,860	4,477	5,968	0,945	3,635	2,421	3,713	1,943	2,811	0,496	0,324	10	3,516	9,899	7,112
	2013	2,95	4,535	2,105	6,176	0,881	2,441	2,298	3,463	1,061	2,862	0,161	0,403	0,028	4,111	7,610	6,977
8. Запорізький олійно-жировий комбінат	2011	10	3,124	6,068	2,915	0,143	1,524	2,617	5,052	0,023	1,949	1,377	0,554	0,736	5,806	9,798	7,171
	2012	10	4,395	5,705	7,590	0,197	1,603	6,306	4,918	0,030	3,516	0,549	0,445	0,554	6,867	10	6,558
	2013	5,46	4,254	4,152	3,704	0,073	0,545	4,401	3,185	0,022	3,451	0,316	0,960	0,742	6,378	6,770	4,042
9. Вінницький олійно-жировий комбінат	2011	3,79	10	2,199	10	0,186	1,154	4,401	1,571	0,038	7,216	3,514	3,664	10	4,698	8,485	10
	2012	4,07	4,628	4,209	3,938	0,110	0,582	3,612	3,462	0,056	7,128	2,154	1,615	1,362	6,740	10	9,920
	2013	4,10	7,036	1,885	7,208	0,081	0,382	4,561	5,978	0,020	5,265	0,471	1,044	10	10	7,964	10
10. Креатив	2011	4,86	1,858	8,437	7,825	10	10	1,452	7,812	10	1,777	4,562	0,487	9,873	0,650	10	8,572
	2012	4,89	1,552	8,512	8,358	10	10	1,590	8,065	10	2,784	1,796	0,320	8,680	1,094	9,899	8,517
	2013	10	3,235	10	10	10	10	10	3,105	6,128	10	2,787	0,505	0,389	7,234	1,802	10

З метою визначення рівня впливу окремих складових потенціалу олійно-жирових підприємств на рівень їх конкурентоспроможності було проведено опитування групи експертів, якими виступили керівники та провідні економісти досліджуваних підприємств, які оцінили вагомість кожної складової потенціалу конкурентоспроможності, результати якого наведено нижче (табл. 3).

Таблиця 3

Ступінь впливу окремих складових потенціалу підприємств на рівень їх потенціалу конкурентоспроможності

№ п/п	Складові потенціалу конкурентоспроможності	Вагомість фактора
1.	Маркетинговий потенціал	0,244
2.	Економічний потенціал	0,384
3.	Фінансовий потенціал	0,124
4.	Виробничо-технічний потенціал	0,248

Коефіцієнти вагомості показників у рамках кожної функціональної складової конкурентоспроможності визначається шляхом ділення коефіцієнта вагомості зазначеної складової на кількість показників, що відносяться до цієї складової.

Далі розраховуються зважені бали по кожному показнику з урахуванням вагомості складових факторів та інтегральний показник конкурентоспроможності кожного підприємства за формулою 5. Все це дозволило визначити ступінь впливу чинників на рівень потенціалу конкурентоспроможності та виявити явних лідерів і відстаючих (табл. 4).

З огляду на різні ранги очікуваних груп підприємств (підприємства-лідери матимуть істотно більше конкурентних переваг порівняно з підприємствами аутсайдерами).

Таким чином, для досліджуваних олійно-жирових підприємств, знайдені в результаті багатовимірного аналізу значення, можна розглядати як оцінку «рівня потенціалу конкурентоспроможності».

Таблиця 4

Оцінка впливу конкурентних переваг на рівень потенціалу конкурентоспроможності за 2011-2013 роки

№ п-ва	Роки	Зважені показники																K _{рпк}	Ранг
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆		
1.	2011	0,367	0,133	0,610	0,308	0,361	0,433	0,552	0,960	0,001	0,169	0,052	0,063	0,002	0,025	0,614	0,273	4,923	2
	2012	0,366	0,141	0,610	0,334	0,385	0,280	0,714	0,960	0,007	0,308	0,148	0,310	0,002	0,022	0,607	0,235	5,429	2
	2013	0,250	0,284	0,184	0,351	0,369	0,154	0,691	0,960	0,016	0,309	0,040	0,297	0,002	0,018	0,576	0,205	4,706	3
2.	2011	0,371	0,258	0,308	0,153	0,009	0,158	0,307	0,387	0,065	0,139	0,264	0,091	0,002	0,555	0,607	0,358	4,032	8
	2012	0,362	0,327	0,219	0,450	0,013	0,160	0,285	0,278	0,135	0,297	0,310	0,174	0,001	0,620	0,614	0,396	4,641	4
	2013	0,250	0,457	0,044	0,332	0,011	0,077	0,275	0,178	0,296	0,310	0,310	0,310	0,001	0,554	0,523	0,380	4,308	5
3.	2011	0,364	0,485	0,314	0,504	0,001	0,184	0,256	0,396	0,004	0,100	0,246	0,039	0,002	0,555	0,607	0,429	4,486	4
	2012	0,354	0,304	0,166	0,422	0,002	0,120	0,640	0,205	0,003	0,181	0,066	0,032	0,001	0,508	0,620	0,055	3,679	10
	2013	0,234	0,323	0,050	0,257	0,001	0,044	0,383	0,202	0,003	0,180	0,025	0,039	0,001	0,462	0,527	0,058	2,789	10
4.	2011	0,249	0,369	0,045	0,044	0,007	0,075	0,259	0,048	0,018	0,310	0,310	0,227	0,034	0,286	0,607	0,358	3,246	10
	2012	0,273	0,590	0,148	0,610	0,013	0,094	0,686	0,182	0,017	0,298	0,141	0,160	0,012	0,301	0,607	0,336	4,468	6
	2013	0,176	0,567	0,056	0,236	0,008	0,033	0,520	0,230	0,004	0,298	0,028	0,221	0,011	0,283	0,415	0,327	3,413	7
5.	2011	0,173	0,470	0,266	0,259	0,017	0,162	0,387	0,324	0,008	0,170	0,267	0,310	0,184	0,342	0,507	0,486	4,332	6
	2012	0,156	0,610	0,364	0,481	0,024	0,156	0,689	0,498	0,042	0,310	0,122	0,264	0,054	0,380	0,595	0,463	5,208	3
	2013	0,102	0,551	0,037	0,348	0,021	0,084	0,584	0,193	0,012	0,272	0,017	0,134	0,025	0,376	0,526	0,448	3,730	6
6.	2011	0,116	0,567	0,215	0,469	0,034	0,111	0,960	0,254	0,003	0,102	0,065	0,042	0,425	0,114	0,539	0,464	4,480	5
	2012	0,125	0,390	0,297	0,202	0,010	0,045	0,960	0,392	0,004	0,241	0,064	0,066	0,055	0,366	0,614	0,620	4,451	7
	2013	0,084	0,610	0,27	0,402	0,010	0,030	0,960	0,259	0,002	0,234	0,018	0,076	0,068	0,392	0,559	0,600	4,574	4
7.	2011	0,373	0,217	0,271	0,417	0,143	0,498	0,178	0,332	0,264	0,031	0,051	0,012	0,206	0,107	0,614	0,404	4,118	7
	2012	0,358	0,174	0,273	0,364	0,091	0,349	0,232	0,356	0,060	0,087	0,015	0,010	0,620	0,218	0,614	0,620	4,441	8
	2013	0,180	0,277	0,128	0,377	0,085	0,234	0,221	0,332	0,033	0,089	0,005	0,012	0,002	0,255	0,472	0,433	3,135	8
8.	2011	0,610	0,191	0,370	0,178	0,014	0,146	0,251	0,485	0,001	0,060	0,043	0,017	0,046	0,360	0,607	0,445	3,824	9
	2012	0,610	0,268	0,348	0,463	0,019	0,154	0,605	0,472	0,001	0,109	0,017	0,014	0,034	0,426	0,620	0,407	4,567	5
	2013	0,333	0,259	0,253	0,226	0,007	0,052	0,423	0,306	0,001	0,107	0,010	0,030	0,046	0,395	0,420	0,251	3,119	9
9.	2011	0,231	0,610	0,134	0,610	0,018	0,111	0,423	0,151	0,001	0,224	0,109	0,114	0,620	0,291	0,526	0,620	4,793	3
	2012	0,248	0,282	0,257	0,240	0,011	0,056	0,347	0,322	0,002	0,221	0,067	0,050	0,084	0,418	0,620	0,615	3,840	9
	2013	0,250	0,429	0,115	0,440	0,008	0,037	0,438	0,574	0,001	0,163	0,015	0,032	0,620	0,620	0,494	0,620	4,856	2
10.	2011	0,296	0,113	0,515	0,477	0,960	0,960	0,139	0,750	0,310	0,055	0,141	0,015	0,612	0,040	0,620	0,531	6,534	1
	2012	0,299	0,095	0,519	0,510	0,960	0,960	0,153	0,774	0,310	0,086	0,056	0,010	0,538	0,068	0,614	0,528	6,480	1
	2013	0,610	0,197	0,610	0,610	0,960	0,960	0,298	0,588	0,310	0,086	0,016	0,012	0,448	0,112	0,620	0,525	6,962	1

Також можна використати графічний метод, який базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності», за яким обирають показники для оцінювання та їх вагомість і будують діаграму. Чим більшою є площа багатокутника, тим вища конкурентоспроможність. До переваг даного методу належать його простота та наочність [7, с. 296].

На основі даних табл. 3 сформуємо графік, який характеризує отримані результати в планарному вигляді, а площа отриманого багатокутника відповідає інтегральній оцінці потенціалу конкурентоспроможності підприємства (рис. 1-3).

Безперечним лідером на протязі 2011-2013 років можна вважати ПАТ «Креатив». Підприємство «Креатив» входить до інтегрованої агропромислової групи, яка є одним із найбільших переробників сільськогосподарської продукції в Україні. Компанія «Креатив» виготовляє нерафіновану та рафіновану рослинну олію під торговою маркою «Сонола», «Кум», «Масловія» для роздрібного продажу та експорту. В 2013/2014 МР ПАТ «Креатив» виробило 10,2 % від загального обсягу виробництва нерафінованої олії в Україні та зайняло другу позицію після інтегрованої компанії «Кернел».

За аналізований період «Креатив» мав найбільше значення інтегрального коефіцієнту потенціалу конкурентоспроможності за рахунок більш позитивного впливу факторів маркетингового (рентабельність продажу, коефіцієнту зміни обсягу продаж), економічного (показник фондівддачі, продуктивність праці, рентабельність продукції), фінансового (коефіцієнт абсолютної ліквідності), а також організаційно-технічного потенціалу (коефіцієнт оновлення основних засобів, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей) в порівнянні з підприємствами - конкурентами.

У той же час, це підприємство характеризується не достатньо високим ступенем реалізації фінансового потенціалу (коефіцієнт автономії, коефіцієнт покриття, коефіцієнт фінансової стабільності).

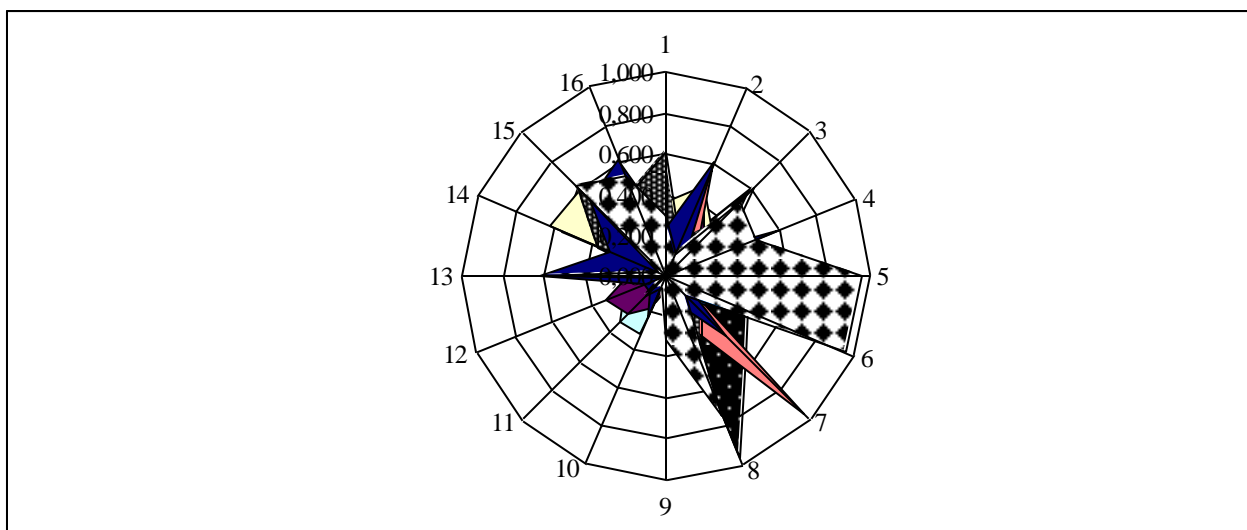


Рис.1 Інтегральна оцінка рівня потенціалу конкурентоспроможності за 2011 рік

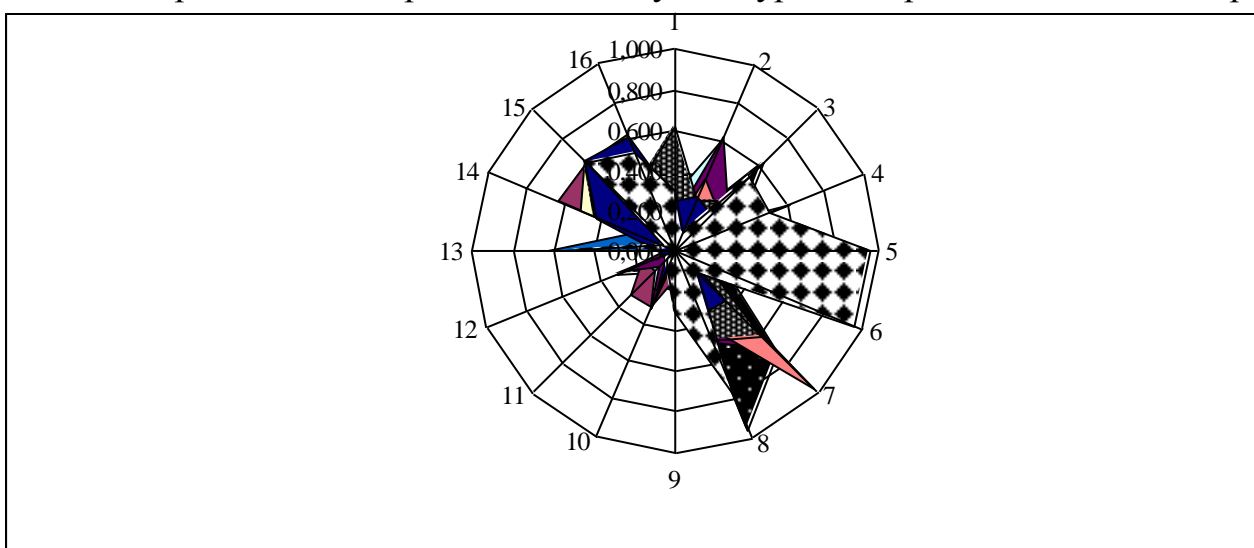


Рис.2 Інтегральна оцінка рівня потенціалу конкурентоспроможності за 2012 рік

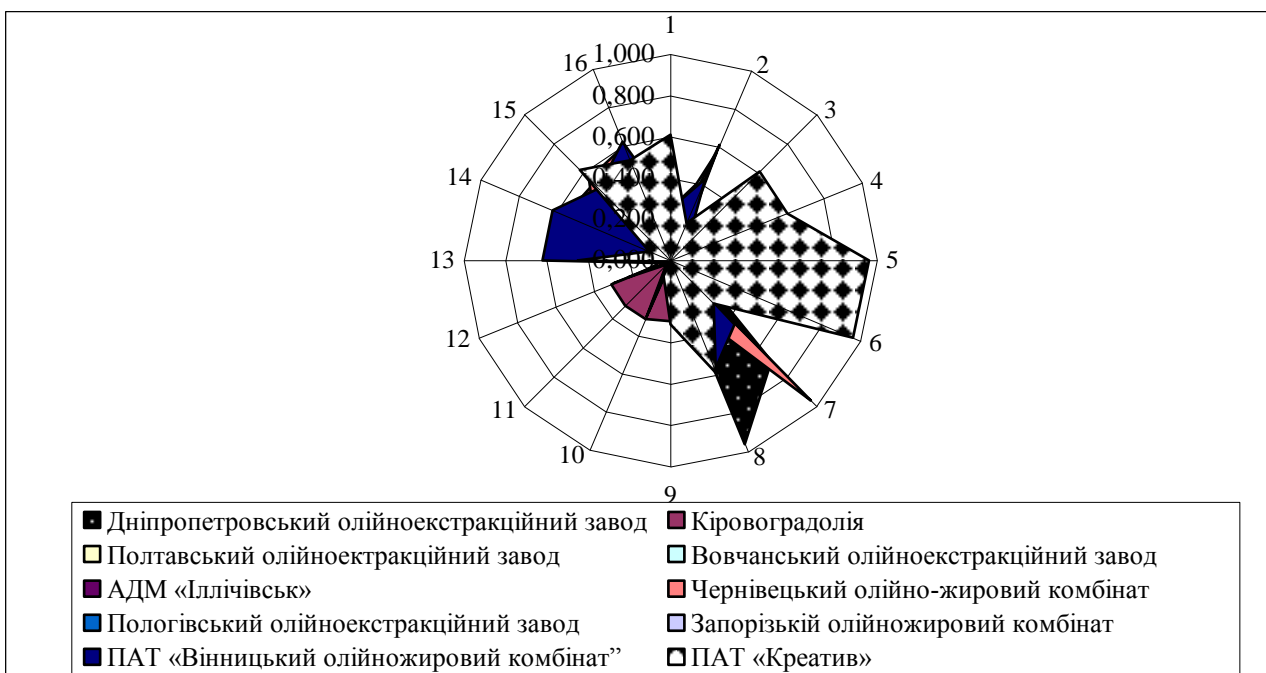


Рис.3 Інтегральна оцінка рівня потенціалу конкурентоспроможності за 2013 рік

Майбутні заходи ПАТ «Креатив» повинні бути спрямовані на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

ПАТІІ «Дніпропетровський олійноекстракційний завод» здійснює екстракцію, рафінацію і бутелювання олії під торговими марками «Олейна» і «Розумниця». На протязі 2011-2013 років також є безумовним лідером та займав друге та третє місце за рахунок більш позитивного впливу маркетингового потенціалу на інтегральний показник потенціалу конкурентоспроможності за рахунок таких конкурентних переваг як: коефіцієнта відносної частки ринку, рентабельності продажу. Також за рахунок позитивної дії фінансового потенціалу (коефіцієнта автономії, коефіцієнта фінансової стабільності). Сприятливий вплив мав також економічний потенціал за рахунок показників фондівіддачі, продуктивності праці, матеріалівіддачі та рентабельності продукції.

Дніпропетровський ОЕЗ входить до складу компанії «Bunge Україна», яка є українським підрозділом компанії «Bunge» - міжнародної інтегрованої компанії, що працює на ринку сільгосппродукції і продуктів харчування. Також до складу компанії входять: дочірнє підприємство з іноземними інвестиціями «Сантрейд» (один з найбільших зернотрейдерів України), чотири зернових елеватора в Одеській, Дніпропетровській, Кіровоградській та Вінницькій областях. Підприємство Дніпропетровський ОЕЗ працює тільки на умовах переробки давальницької сировини, переробка сировини в готову продукцію здійснюється тільки під існуючі контракти-замовлення, тому виробничі потужності на підприємстві завантажені повністю. Всі закупівлі та продаж здійснює ДП "Сантрейд", який і є власником виробничих будівель та обладнання. Саме тому підприємство Дніпропетровський ОЕЗ характеризується невисоким ступенем реалізації виробничо-технічного потенціалу (коефіцієнт оновлення основних засобів, показник

фондоозброєності, коефіцієнт придатності основних засобів), так як основні засоби використовуються на правах оренди.

Отже, основними заходами та напрямками зміцнення потенціалу конкурентоспроможності за рахунок існуючих конкурентних переваг підприємства ПАТІ «Дніпропетровській ОЕЗ» є: збільшення частки ринку та вихід на нові ринки збуту; зменшення витрат на виробництво продукції за допомогою впровадження новітніх технологій; контролювання рівня збільшення продуктивності праці, постійний контроль та швидка реакція на зміни потреб ринку.

До претендента на лідерство належить також ПАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат», який займається переробкою насіння соняшника, виробництвом нерафінованої і рафінованої олії, маргарину та жирів. Підприємство випускає продукцію під торговою маркою "Віюлія".

За оцінкою інтегрального показника рівня потенціалу конкурентоспроможності займає друге місце в 2011 та 2013 році, завдяки впливу на рівень потенціалу конкурентоспроможності виробничо-технічного потенціалу (коефіцієнт оновлення, показник фондоозброєності, коефіцієнт завантаження та коефіцієнт придатності). Це вказує на те, що керівництво компанії постійно проводить модернізацію обладнання і технічне забезпечення виробничого процесу. Так у 2013 році на території Вінницького олієжиркомбінату побудований і запущений новий другий олійноекстракційний завод з потужністю переробки 1300 тон соняшнику на добу. Також позитивний вплив на потенціал конкурентоспроможності мав маркетинговий потенціал за рахунок таких конкурентних переваг, як коефіцієнт оборотності оборотних активів та коефіцієнту зміни обсягу продаж.

Разом з тим невисокий рівень реалізації інших факторів привело до не найкращої позиції в конкурентній боротьбі в 2012 році. Підприємство має низький рівень реалізації економічного потенціалу (показник фондівіддачі, продуктивність праці, рентабельність продукції) та фінансового потенціалу (коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт покриття, коефіцієнт фінансової

стабільності). Тому керівництву цього підприємства необхідно розробити заходи направлені на вивчення попиту на продукцію, з метою розширення ринку, аналіз складових собівартості продукції і визначення шляхів її зниження, вивчення можливості одержання довгострокових кредитів, контроль за фінансовим станом підприємства.

Чернівецький олійно-жировий комбінат займається переробкою олійного насіння, виробництвом нерафінованих та рафінованих рослинних олій та виробництвом яблучного концентрату. За результатами аналізу є підприємством середняком, на протязі 2011-2013 років займав 5-те, 7-ме та 4-те місце в конкурентній боротьбі за інтегральною оцінкою рівня потенціалу конкурентоспроможності. Найбільш сприятливий вплив на нього справили виробничо-технічний потенціал (коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт придатності основних засобів), економічний потенціал (матеріаловіддачі, рентабельність продукції), маркетинговий потенціал (коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт зміни обсягу продаж).

Але підприємство Чернівецький ОЖК має незадовільний фінансовий потенціал за рахунок показників абсолютної ліквідності, автономії, покриття та фінансової стабільності. Першочерговим етапом у покращання фінансового стану є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, яке б забезпечило мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Потрібно зниження собівартості продукції, за рахунок впровадження нової техніки та технологій, раціональнішого використання як матеріальних, так і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних витрат в собівартості продукції, виділяти додаткові кошти на науково-дослідні роботи, збільшувати фінансовий портфель, поглинати дрібних конкурентів тощо.

ПАТ «Вінницький ОЖК» та ПАТ «Чернівецький ОЖК» входять до промислової групи «Віойл». Промислова група поставляє продукцію на внутрішній ринок України, а також в десятки інших країн світу. Промислова група «Віойл» - вертикально-інтегрований холдинг, який об'єднує

підприємства, що забезпечують закупівлю сировини, зберігання, виробництво і продаж готової продукції. Компанія має у своєму розпорядженні власну мережу елеваторів та представництв в регіонах України із закупівлі, зберігання та відвантаження сировини; департамент логістики, власний парк цистерн та автомобільного транспорту; налагоджені канали транспортування закуплених обсягів сировини та відвантаження реалізованої продукції в будь-яку точку світу.

Компанія «Віойл» - одна з найбільших компаній олійно-жирової галузі, що динамічно розвивається. Тільки за 2013/14 маркетинговий рік компанія виросла більш ніж удвічі, та займає 6,7% в загальному обсягу виробництва нерафінованої олії в Україні. Практично відсутність боротьби за сировину з іншими виробниками і близькість до кордону і портів Іллічівськ та Южний дають компанії істотні додаткові конкурентні переваги.

Також в 2012 році претендентом на лідера було підприємство АДМ Іллічівськ. Підприємство надає послуги по переробці насіння соняшника на давальницьких умовах та виробляє нерафіновану соняшникову олію. АДМ Іллічівськ зайняв третє місце за інтегральним показником рівня потенціалу конкурентоспроможності. Це відбулося внаслідок впливу виробничо-технічного потенціалу, за рахунок таких факторів як показник фондоозброєності, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнта придатності основних засобів. Також сприятливий вплив мав фінансовий потенціал (коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової стабільності), економічний (матеріаловіддачі, рентабельність продукції), маркетинговий (коефіцієнт оборотності оборотних активів, коефіцієнт зміни обсягу продаж). Але в 2011 та в 2013 році вплив цих показників на потенціал конкурентоспроможності був нижчий, тому підприємство «АДМ Іллічівськ» займало шосте місце в конкурентній боротьбі.

У цій ситуації підприємство ПАТ «АДМ Іллічівськ» повинно вживати активних заходів для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом інтеграції

бізнесу, диверсифікації, виведення на ринок товарів-новинок та виробляти продукцію більш глибокої переробки.

Кіровоградолія, Вовчанський та Полтавський входять до компанії Кернел груп. Взагалі Кернел має у своїй власності 7 олійноекстракційних заводів це – Приколотнянський ОЕЗ, Вовчанський ОЕЗ, Полтавський ОЕЗ, Кіровоградолія, Екотранс, Бандурський ОЕЗ, ТОВ «Українська Чорноморська Індустрія». Кернел - провідна диверсифікована агропромислова компанія в Україні, яка є найбільшим в Україні виробником і експортером соняшникової олії. Тільки в 2013/2014 МР Кернел виробив 25,6 % від загального обсягу виробленої нерафінованої соняшникової олії в Україні.

Агровиробничий комплекс Кернел включає сільськогосподарські підприємства, які обробляють близько 390 тис. га чорноземних земель в Україні, також володіє найбільшою приватною мережею елеваторів. Кернел є одним з найбільших експортерів зернових з Чорноморського регіону, який забезпечує 19% світового експорту зерна. Портові термінали Кернел є ключовими інфраструктурними активами, які забезпечують ефективність всієї експортного логістичного ланцюжка в зерні, соняшниковій олії і шроті. Нерафінована соняшникова олія і шрот реалізуються на міжнародному ринку. Кернел є лідером серед виробників і ринкових постачальників фасованої соняшникової олії в Україні, займаючи близько третини ринку. Бутильована соняшникова олія продається під трьома відомими брендами («Щедрий Дар», «Стожар» і «Чумак Золота»). Бутильовання соняшникової олії відбувається на Полтавському та Приколотнянському олійноекстракційних заводах компанії. Але разом з тим, ці підприємства переробляють давальницьку сировину, тому вони не мають власної продукції то ринку збуту також немає. Сировина на переробку на давальницьких умовах надходить від одного постачальника - ТОВ "Кернел-Трейд".

Кіровоградолія, Полтавський та Вовчанський на протязі аналізованого періоду за розрахованим інтегральним показником рівня потенціалу конкурентоспроможності були як підприємствами середняками так і

аутсайдерами. Ці підприємства значно поступаються лідеру за кількістю конкурентних переваг, не мають належних ресурсів для претензій на лідерство та не здатні потіснити лідера.

Одним із негативних факторів на цих підприємствах є те, що на протязі трьох років основні засоби майже не оновлювалися, про що свідчать дуже низькі показники оновлення основних засобів. Також, дуже низький показник фондівдачі, що вказує на не ефективне використання основних засобів.

У даному випадку керівництву цих підприємств доцільно вжити заходів щодо збереження позиції на ринку, потрібно розглянути застосування оптимізаційної політики щодо збереження існуючих основних фондів, а також вводити сучасне обладнання і удосконалювати технології виробництва в найкоротші терміни.

ПАТ "Пологівський ОЕЗ"- одне з підприємств в Україні з переробки олійних культур і являє собою єдиний комплекс цехів і допоміжних підрозділів з розвинутою інфраструктурою. Підприємство переробляє свою власну сировину и виготовляє готову продукцію. Основними видами продукції, яку виробляє підприємство є: - олія соняшникова фасована рафінована, олія соняшникова фасована нерафінована, шрот соняшниковий, фосфатний концентрат соняшниковий, олія соєва нерафінована, шрот соєвий, фосфатний концентрат соєвий, олія ріпакова, шрот ріпаковий, фосфатидний концентрат ріпаковий. ПАТ «Пологівський ОЕЗ» виготовляє нерафіновану та рафіновану рослинну олію у пляшках під торговою маркою «Славія», «Смачна крапля», для роздрібного продажу та експорту.

На протязі 2011-2013 років за інтегральним коефіцієнтом рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємство є аутсайдером та займало 7 та 8 місце в конкурентній боротьбі. Підприємство характеризується невисоким ступенем реалізації маркетингового, економічного, виробничо-технічного потенціалу та дуже низьким ступенем реалізації фінансового потенціалу (коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт автономії, коефіцієнт покриття, коефіцієнт фінансової стабільності).

У цій ситуації підприємство повинно вживати активних заходів для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки. Також підприємству необхідно виділяти додаткові кошти на науково-дослідні роботи, збільшувати фінансовий портфель, поглинати дрібних конкурентів тощо.

Публічне акціонерне товариство «Запорізький оліяжиркомбінат» - підприємство з повним циклом переробки сировини, випускає олію соняшникову нерафіновану, олію соняшникову рафіновану, маргаринову і жирову продукцію в асортименті, мило господарське в асортименті, шрот соняшниковий, гранульовану лузгу, фосфатидний концентрат. Продукція виробляється під торговою маркою «Щедро». ПАТ «Запорізький оліяжиркомбінат» входить до фінансово-промислової групи «Приват».

За аналізований період розрахунок інтегрального показника рівня потенціалу конкурентоспроможності показав, що підприємство Запорізький оліяжиркомбінат був аутсайдером в 2011 та 2013 році та займав 9-те місце. Тільки в 2012 році підприємство займало 5-те місце та було підприємством-середняком. Хоча, підприємство «Запорізький оліяжиркомбінат» характеризується достатнім рівнем реалізації маркетингового потенціалу, насамперед за рахунок найбільшої частки ринку в 2011 та 2012 році, але вже в 2013 році за цим показником його потіснило підприємство «Креатив». Також для підприємства характерно невисокий ступінь реалізації виробничо-технічного потенціалу та дуже низький ступінь реалізації фінансового та економічного потенціалу. Тому керівництву підприємства потрібно негайно реорганізувати політику управління виробництвом на підприємстві та розробити інноваційні виробничі проекти, вводити в експлуатацію інноваційне сучасне обладнання, виходити на нові ринки збуту та збільшувати частку ринку, концентрувати увагу на підвищенні конкурентоспроможності продукції, контролювати рівень збільшення продуктивності праці.

Висновки. Таким чином, на основі удосконалення методики оцінки інтегрального показника рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової промисловості, у статті наведений конкретний приклад визначення конкурентних переваг та їх вплив на потенціал конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі в динаміці. Крім цього виконаний багатомірний статистичний аналіз діяльності зазначених підприємств, який всебічно характеризує господарське становище підприємства, що дозволяє не тільки дізнатися недоліки виробничої діяльності підприємства, але так само розвинути існуючі конкурентні переваги, що дозволить вивести підприємство на нові ринки.

Список використаних джерел

1. Азоев Г. Л. Конкурентні переваги фірми / Г.Л. Азоев, А. П. Челенков. - М.: Новини, 2000. - 254 с.
2. Амосов О. Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку / О. Ю. Амосов // Проблеми економіки. – 2011. - № 3. – с. 79-83.
3. Кваско А. В. Формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А. В. Кваско // Інтелект ХХІ. – 2013. - № ½. – с. 114 – 121.
4. Мильнер Б. З. Системный подход к организации управления / Мильнер Б. З., Евенко Л. И., Рапопорт В.С. - М.: Экономика, 1983. – 211 с.
5. Пивоваров М. Теорія та практика оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів малого бізнесу/ М. Пивоваров // Галицький економічний вісник. — 2010. — №3(28).— с.34-44
6. Чурилов С.В. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства / С. В. Чурилов, Н. М. Романчук // Экономика и управление. – 2014. - № 1. – с. 143 – 150.
7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Фатхутдинов Р. А. — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 544с.

