

УДК 338.43:339.137.2

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.68-10>**Коценко М.С.**аспірант кафедри економіки та підприємництва
Поліський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9770-1510>**Kotsenko Marina**Postgraduate Student at the Department of Economy and
Entrepreneurship
Polissia National University

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Коценко М.С. Основні джерела та чинники формування конкурентних переваг органічної продукції. Виробництво органічної продукції стає все популярнішим серед країн Європейського Союзу, основними принципами якого є забезпечення якісним продовольством населення, збереження планети та відновлення біорізноманіття. Україна як європейська держава, що стоїть на шляху перебудови, прагне зайняти свою нішу в галузі органічного виробництва та перебуває в пошуку шляхів забезпечення власної конкурентоспроможності. Нами визначено, що важливим етапом забезпечення конкурентоспроможності є формування конкурентних переваг. У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти формування джерел конкурентних переваг органічної продукції. Здійснено ретроспективний аналіз наукової думки щодо сутності понять «джерела конкурентних переваг» та «чинники формування конкурентних переваг». Визначено та проаналізовано основні джерела формування конкурентних переваг органічної продукції з погляду зарубіжних та вітчизняних учених. Установлено, що вчені виділяють декілька концепцій визначення основних джерел формування конкурентних переваг за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: конкурентні переваги, джерела конкурентних переваг, органічна продукція, конкурентоспроможність, чинники конкурентних переваг.

Kotsenko Marina. The main sources and factors of formation of competitive advantages of organic products. Ukrainian agricultural products have always been highly praised by consumers in neighbouring countries. European integration and access to international markets has stimulated the emergence of new entrants and new management methods. production is a type of farming which not only provides the population with good quality nutrients, but also does not harm the environment. Countries in the European Union have been implementing and promoting organic farming throughout the years, and Ukraine, which has foreign economic relations with WTO countries, has to comply with the requirements. Based on the example of European countries, Ukrainian producers are gradually reconstructing the system of organic production with its main step being the formation of competitiveness. To ensure the competitiveness of organic products in both domestic and international markets, a quality management system must be developed. Competitive advantages are features of products that are more capable than those of competitors to meet the needs of consumers, given the changes in the market environment. An important step is to identify the sources and factors of competitive advantage of organic produce. The chosen focus of the study is quite relevant, since the existing research on the sources of competitive advantage is not entirely able to match the specifics of organic farming as the production process is somewhat different from traditional agriculture. The aim of the study is to establish the concept known as "sources of competitive advantage of organic products", to identify the main characteristics, to carry out the classification of sources and establish the main formation factors of competitive advantages of organic produce. the course of our research we have identified the main stages within the scientific understanding of the sources of competitive advantage. It is established that scientists identify several concepts for determining the main sources of competitive advantage in modern business conditions. Moreover, we have defined the characteristics of the sources of organic produce and the main factors for the formation of competitive advantage of organic produce.

Key words: competitive advantages, sources of competitive advantages, organic products, competitiveness, factors of competitive advantages.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток сільськогосподарства та виробництво продуктів харчування стали причинами великої кількості масштабних проблем, серед яких: глобальне потепління, рекордна

кількість викидів вуглекислого газу в атмосферу, забруднення річок, виснаження ґрунтів, зниження якості продуктів харчування та негативний вплив на здоров'я людини. Одним із виходів вирішення вказа-

них проблем є ведення органічного сільського господарства, за якого продукти є екологічно чистими та кориснішими для здоров'я, а їх виробництво не шкодить планеті.

За даними Федерації органічного руху України, органічні продукти – це такі продукти, під час виробництва яких заборонено використовувати будь-які синтетичні домішки, ядохімікати, генномодифіковані сорти насіння. У тваринництві заборонено використовувати гомеопатичні препарати, стимулятори росту, гормональні препарати та антибіотики. Своєю чергою, органічними можуть бути лише ті продукти харчування, які вироблені відповідно до стандартів органічного виробництва. Сертифікацію проходить не лише готовий продукт, а й земля, на якій ведеться господарство [11].

В Україні органічне виробництво регулюється Законом України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [1], що набрав чинності 2019 р. Законом регулюються етапи виробництва екологічно чистих продуктів харчування, сертифікації земель та готової продукції. Сертифікація земельних угідь, усіх етапів виробництва та готової продукції здійснюється єдиним органом сертифікації «Органік Стандарт».

Оскільки органічне виробництво має низку екологічних, економічних та соціальних переваг, воно є відмінною альтернативою традиційному сільському господарству, а Україна як держава, що має всі необхідні передумови розвитку органічного сільського господарства (родючі ґрунти, зручне географічне положення, наявні кваліфіковані робочі кадри), безперечно, прагне зайняти своє місце на світовому ринку.

Велике значення для забезпечення конкурентоспроможності органічної продукції вітчизняних виробників має система формування конкурентних переваг. Для якісного забезпечення конкурентними перевагами виробників, необхідно дослідити джерела та чинники їх формування.

Попри великий внесок вітчизняних та зарубіжних учених у дослідження джерел та чинників формування конкурентних переваг, їх класифікації та характеристики, потребує подальшого вивчення низка питань. Так, потребують уточнення джерела формування конкурентних переваг саме органічної продукції, оскільки етапи її виробництва та збуту є специфічними. Саме тому необхідно, з урахуванням особливостей органічного виробництва, встановити теоретичні основи джерел конкурентних переваг та чинників їх формування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання джерел та чинників формування конкурентних переваг входить у систему досліджень, присвячених конкуренції та конкурентоспроможності. Найбільш вагомий внесок у дослідження джерел конкурентних переваг, їх класифікації та характеристики зробили класики економічної думки Г. Азоев [2], М. Портер [5], Ф. Котлер [8], Ж.-Ж. Ламбен [4], Р. Фатхудинов [12].

Серед найвідоміших праць, що присвячено джерелам конкурентних переваг та чинникам їх формування, слід виділити роботи В. Василенко та Т. Ткаченко [3]. Питання стану сучасного конкурентного середовища виробництва органічної продукції, перспективи розвитку та проблеми, з якими стикаються виробники, досліджено у роботах таких сучасних економістів, як П. Куліш [9], Т. Смігунова та Е.Е. Савицький [7].

Проте у ході дослідження нами було з'ясовано, що, оскільки сфера органічного виробництва ще недостатньо розвинута в Україні, вона потребує подальших наукових досліджень, спрямованих на встановлення джерел конкурентних переваг органічної продукції. Це дасть змогу в подальшому сформулювати основи забезпечення конкурентоспроможності органічних виробників.

Потребує теоретичного обґрунтування класифікація джерел конкурентних переваг органічної продукції та встановлення чинників, що зумовлюють формування конкурентних переваг органічної продукції.

Формулювання завдання дослідження. Метою дослідження є визначення джерел конкурентних переваг органічної продукції, їх класифікація та встановлення основних чинників формування конкурентних переваг органічної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід українських аграріїв від традиційного сільського господарства до органічного зумовлений низкою чинників та є невідворотним процесом. Питання екологізації виробництва та забезпечення сталого розвитку території гостро стоїть перед світовим суспільством. Наша держава не може стояти осторонь, адже лише дотримання усіх європейських норм здатне підняти авторитет України на міжнародній арені, відкрити нові можливості для утримання конкурентних позицій у галузі органічного виробництва.

Ринок органічних продуктів в Україні щороку поступово збільшується. За даними сайту organicinfo.ua, у період із 2020 по 2021 р. кількість виробників органічної продукції збільшилася на 20%, а внутрішній ринок органічних продуктів виріс на 3%. Усього на внутрішньому ринку за 2020 р. реалізовано 7850 тис т органічної продукції власного виробництва, а загальний експорт до країн Європейського Союзу та світу становив 204 млн дол. США. Органічна продукція українських виробників користується попитом серед світових споживачів, що виявляється в отриманні низки міжнародних винагород. Серед найбільш упізнаваних виробників – «Органік Мілк», «Дунайський аграрій», «Сквирянка», Gamma Organica та «Старий Порицьк» [10].

Швидкий темп розвитку органічного виробництва в Україні зумовив розроблення нових теоретичних та практичних аспектів формування конкурентоспроможності. Провідним під час визначення ринкової позиції виробника у конкурентному середовищі є формування конкурентних переваг, які, своєю чергою, є однією з найважливіших умов забезпечення конкурентоспроможності. Тому особливої актуальності набуває необхідність вивчення сутності підходів до джерел формування конкурентних переваг та встановлення чинників.

На думку класика теорії конкуренції Майкла Портера, джерелом конкурентних переваг є диференціація продукту чи торгової марки та низькі витрати на виробництво, що в подальшому зменшують собівартість продукту [5]. Така класифікація джерел конкурентних переваг вважається базовою, а подальші дослідження вчених розвивають ці два напрями та розширюють їх. Так, Ф. Котлер вважає, що джерелом конкурентних переваг підприємства є його відмінні від інших учасників ринку особливості [8].

На думку Л. Шеховцової, джерела конкурентних переваг – це: чинники виробництва, такі як природні

ресурси, сприятливі умови виробництва; використання створеного багатства для забезпечення економічного зростання [13].

Л. Лігоненко як джерела досягнення конкурентних переваг розглядає зниження собівартості продукту, яке забезпечується шляхом зниження цін закупівлі матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; збільшення обсягів діяльності, укрупнення підприємств. На його думку, це дасть змогу суттєво зменшити постійні та управлінські витрати [13].

В. Василенко та Т. Ткаченко до джерел формування конкурентних переваг відносять: нові технології; попит споживачів на нові види продукції; зміни структури і вартості окремих елементів у технологічному ланцюжку виробництва і реалізації товару; появу нового сегмента ринку; зміни правил гри на ринку [3]. Додатковим особливим джерелом вчені називають професійні та управлінські навички підприємця, які здатні своїм професіоналізмом забезпечити нову конкурентну перевагу.

Ми узагальнили існуючі думки та підходи вчених до визначення сутності джерел конкурентних переваг та навели їх у табл. 1.

Аналізуючи дані, що наведені в таблиці, джерелами формування конкурентних переваг є: висока цінність продукції; створення нових видів продукції шляхом упровадження інновацій; кваліфікована робоча сила; сприятливі умови виробництва; унікальність асортименту; рівень соціальної відповідальності; зниження цін.

Таблиця 1

Джерела формування конкурентних переваг із погляду вчених

Джерела	Автор
запити споживачів; поява нових технологій та інновацій на ринку; зміна правил гри на ринку	В. Василенко, Т. Ткаченко [3]
якість продукції; ключові компетенції; витрати на виробництво	Ж.-Ж. Ламбен [4]
чинники успіху; унікальна позиція на ринку; відношення до конкурентів; ретельно підібраний вид діяльності	М. Портер [5]
фінансові джерела; фактори виробництва; інноваційна діяльність; інвестиційна діяльність	Л. Шеховцева [13]

Джерело: розроблено автором на основі [3–5; 13]

У працях учених виділено три концепції визначення ключових джерел формування конкурентних переваг. За сучасних умов господарювання та глобалізації ринкових відносин – це ресурсна, ринкова та інституційна концепції. В основу інституційної концепції покладено думку про те, що джерелом конкурентної переваги є інтеграція підприємства в навколишнє бізнес-середовище, його інформаційне поле і систему галузевих і ринкових зв'язків. Джерелом конкурентної переваги підприємства за ресурсною концепцією є виняткове поєднання її ресурсів, як матеріальних, так і нематеріальних, а також ефективне управління ними. Успіх чи

неуспіх підприємства в конкурентному середовищі за ринковою концепцією напряму залежить від специфіки галузі, поведінки підприємства на ринку та масштабу конкурентної боротьби. На нашу думку, під час дослідження джерел конкурентних переваг необхідно враховувати усі внутрішні та зовнішні аспекти діяльності підприємства, комплексно підходячи до цього питання.

Виробництво органічної продукції має певні особливості, на нього впливає значна кількість чинників, тому низка джерел здійснює більший вплив на виробників органічної продукції порівняно з підприємствами інших галузей.

Під час обґрунтування джерел конкурентних переваг органічної продукції необхідно врахувати територіальне розміщення виробника, адже не всі регіони України мають сприятливі умови для виробництва того чи іншого органічного продукту, тому таке джерело, як забезпеченість ресурсам, слід уважати одним зі стратегічних та надважливих.

Перелік джерел формування конкурентної переваги достатньо різноманітний. Оскільки виробництво органічної продукції має певні особливості та дещо відрізняється від традиційної, то її конкурентні переваги також мають певні відмінності та особливі джерела формування. Джерела формування конкурентних переваг органічної продукції поділяють на внутрішні та зовнішні. Внутрішні джерела конкурентних переваг органічної продукції – це аспекти внутрішньої діяльності агровиробників, до яких слід віднести продуктивність праці найманих виробників, упровадження нових технологій виробництва, наприклад унікального пакування, ефективність системи управління підприємством. Усі ці аспекти повинні бути значно кращими, ніж аналогічні у конкурентів.

Зовнішні джерела конкурентних переваг органічної продукції базуються на можливості підприємства відтворювати для споживачів кращі цінності, ніж конкуренти.

Зовнішні та внутрішні джерела формування конкурентних переваг наведено в табл. 2.

Відповідно до вказаних джерел формуються зовнішні та внутрішні конкурентні переваги. Так, під зовнішніми конкурентними перевагами органічної продукції є задоволення потреб споживача. Основна перевага органічної продукції – звичайно, її якість та вплив на здоров'я покупців. Адже, за даними досліджень, саме така продукція має більшу кількість поживних речовин та мікроелементів, що позитивно впливає на здоров'я людини.

Внутрішні конкурентні переваги органічної продукції характеризують її цінність для виробника. Вона заснована на процесах формування конкурентних переваг підприємства в усіх сферах її діяльності. Створенню та підтримці зовнішніх конкурентних переваг передують процеси формування і розвитку внутрішніх конкурентних переваг органічної продукції

Формування конкурентних переваг залежить не лише від джерел, а й від певних чинників. До таких факторів слід віднести:

– можливість виробників краще використовувати наявні ресурси. Територіальні – для розвитку каналів збуту готової продукції; трудові, виробничі – для використання наявного потенціалу в повному обсязі; управлінські – для правильної стратегії управління підприємством та розроблення стратегії розвитку;

Джерела формування конкурентних переваг

Внутрішні	Зовнішні
Економічні: – наявність джерел фінансування; – платоспроможність населення; – прибутковість; – ліквідність; – рентабельність	Якісні: – рівень якості готового продукту за оцінкою споживачів
Інноваційні: – система методів упровадження нових технологій; – наявність «ноу-хау»; – використання досягнень науково-технічного прогресу	Збутові: – прийоми та методи розподілу продукції; – наявність виходу на міжнародну арену; – портфель замовлень
Географічні: – розміреність підприємства; – близькість до шляхів збуту; – сприятливі кліматичні умови	Інформаційні: – існуюча система збору та обробки інформації про тенденції органічного виробництва та ринок України та Європи; – ступінь поінформованості про попит на види органічної продукції, поведінку споживачів та конкурентів
Виробничі: – зниження витрат; – продуктивність праці; – забезпеченість матеріально-технічними ресурсами	
Організаційні: – прогресивність; – сучасність; – наявність організаційної структури	

Джерело: складено за [5; 4; 13; 3]

– здатність виробника задовольняти потреби споживачів, що турбуються про своє здоров'я, у виробничтві екологічно чистих продуктів харчування;

– здатність підприємства запропонувати унікальну продукцію, що якісно відрізняється від продукції конкурентів;

– можливість підприємства забезпечувати принципи сталого розвитку територій шляхом зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє середовище та забезпечення роботою сільського населення;

– адаптація підприємства до змін на ринку та викликів глобалізації національної економіки.

Чинники зумовлюють сильні або слабкі боки підприємства під час порівняння їх із відповідними факторами інших підприємств для виявлення конкурентних переваг. Джерело конкурентної переваги – це основа для встановлення кількісного та вартісного значення величини переваги. Так, Р. Фатхутдінов стверджує, що механізм формування нових конкурентних переваг базується на ефективній взаємодії умов функціонування підприємства й чинників, що формують його ресурсний потенціал (інтелектуальний капітал підприємства, досвід і знання, унікальні навички, конкурентні можливості, ринкові досягнення тощо) [12].

Висновки. Виробництво екологічно чистої продукції є, безперечно, перспективним напрямом вітчизняних сільськогосподарських виробників, адже попит на органічну продукцію щороку збільшується, а політика Європейського Союзу спрямована на забезпечення сталого розвитку територій, одним із принципів якого є збереження планети. Виробникам органічної продукції перед виходом на міжнародні ринки необхідно передусім розробити систему забезпечення конкурентоспроможності власної продукції. Процес забезпечення конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства – це складна багаторівнева система, що включає у себе безліч етапів, одним із найважливіших є процес формування конкурентних переваг виготовленої продукції. Конкурентні переваги продукції є візитною карткою виробника та забезпечують перевагу над конкурентами. Формування конкурентних переваг органічної продукції розпочинається з ідеї її створення шляхом визначення відповідних джерел під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Подальшим напрямом дослідження є детальна характеристика всіх джерел конкурентних переваг органічної продукції та розроблення методики їх формування.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы : учебное пособие. Москва : НОВОСТИ, 2000. 255 с.
3. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством : навчальний посібник / за ред. В.О. Василенка. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 800 с.
5. Портер М. Конкуренция. Москва : Вильямс, 2005. 608 с.
6. Смігунова О.В. Стан та перспективи розвитку виробництва органічної продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5. № 4. С. 98–105.

7. Савицький Е.Е., Пішкова В.О. Стан та перспективи виробництва органічної продукції в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1. С. 532–535.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс / пер. с англ. Д. Раевской ; под ред. С.Г. Божук. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 464 с.
9. Куліш Л.П. Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С. 42–46. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.1.42
10. URL: <https://organicinfo.ua>
11. Федерація органічного руху України. URL: <http://organic.com.ua/organichni-produkti> (дата звернення: 29.12.2021).
12. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва : Маркетинг, 2002. 892 с.
13. Лігоненко Л.О. Підприємство в умовах глобалізації : усвідомлення нових реалій. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва в Україні* : збірник тез наук. робіт учасників Всеукраїнської наук.-практ. конф. Київ : КНТЕУ, 2005. 310 с.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro osnovni pryntsyipy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannya orhanichnoyi produktsiyi». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
2. Azoev G.L., Chelenkov A.P. (2000) Konkurentnye preimushhestva firmy [Competitive advantages of the company]: Tutorial. Moscow: JSC Printing House "NEWS", 255 p.
3. Vasylenko V.O., Tkachenko T.I. (2004) Strategichne upravlinnja pidpryjemstvom: navch. posib. [Strategic management of the enterprise: textbook. way]. Kyiv: Center for Educational Literature, 400 p.
4. Lamben Jean-Jacques (2007) Menedzhment orijentovanyj na rynek [Market-oriented management]. St. Pereburg: Peter, 800 p.
5. Porter M. (2005) Konkurentsija [Competition]. Moscow: Williams Publishing House, 608 p.
6. Smigunova, O.V. (2020) Stan ta perspektyvy rozvytku vyrobnytstva orghanichnoyi produktsiji v Ukraini [Status and prospects of organic production in Ukraine]. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, vol. 5, no. 4.
7. Savyts'kyj, E.E. and Pishkova, V.O. (2018) Stan ta perspektyvy rozvytku vyrobnytstva orghanichnoyi produktsiji v Ukraini [Status and prospects of organic production in Ukraine]. *Molodyj vchenyj*, vol. 1, pp. 532–535.
8. Kotler F. (2006) Marketyngh menedzhment [Marketing Management]: Express Course / trans. with English D. Raevskaya. SPb.: Piter, 464 p.
9. Kulish, L. (2019) “Development of competitive organic production in Ukraine”. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 1, pp. 42–46. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.1.42
10. Ofitsiyyny sayt: <https://organicinfo.ua>
11. Federatsiya orhanichnoho rukhu Ukrainy. Available at: <http://organic.com.ua/organichni-produkti> (accessed 29 December 2021).
12. Fatkhutdinov R.A. (2002) Konkurentosposobnost' organizatsii vusloviyakh krizisa : ekonomika, marketing, menedzhment [Competitiveness of the organization in the conditions of the crisis: economics, marketing, management]. Moscow: Publishing and bookselling center "Marketing", 892 p.
13. Ligonenko L.O. (2005) Pidpryjemstvo v umovakh globalizatsiji: usvidomlennja novykh realij [Enterprise in the context of globalization: awareness of new realities]. Problems and prospects of business development in Ukraine: a collection of abstracts of sciences. works of participants of the All-Ukrainian scientific-practical. conf. Kyiv: KNTEU, 310 p.