

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ДМИТРА МОТОРНОГО
Навчально-науковий інститут загальноуніверситетської підготовки

Кафедра менеджменту

КОРОВНІЧЕНКО АРТЕМ ВАЛЕРІЙОВИЧ

**Управління формуванням
конкурентоспроможного потенціалу
сільськогосподарських підприємств**

Спеціальність: 073 - менеджмент

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Керівник: д.е.н., доц. Вікторія НЕХАЙ

Рецензент: д.е.н., доц. Оксана БЯЛКОВСЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Навчально-науковий інститут загальноуніверситетської підготовки

Кафедра менеджменту
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

_____ С.А. НЕСТЕРЕНКО
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ С.А. НЕСТЕРЕНКО
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему: **«Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу
сільськогосподарських підприємств»**

Здобувач вищої освіти: _____ А.В. КОРОВНІЧЕНКО
(підпис) (ПІБ здобувача)

Науковий керівник: _____ д.е.н., доц., В.В. НЕХАЙ
(підпис) (учене звання, науковий ступінь, ПІБ)

Мелітополь, 2021 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Навчально-науковий інститут загальноуніверситетської підготовки

Кафедра менеджменту
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО:

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

_____ **С.А. НЕСТЕРЕНКО**
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри

_____ **С.А. НЕСТЕРЕНКО**
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 202__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи
здобувача вищої освіти

КОРОВНІЧЕНКО АРТЕМА ВАЛЕРІЙОВИЧА

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної магістерської роботи: «Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств»

науковий керівник роботи Нехай Вікторія Василівна, д. е. н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «26» жовтня 2020 р. №1495-3

2. Строк подання кваліфікаційної магістерської роботи 22.01.21 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної магістерської роботи: закони, статистичні дані, звітна документація підприємств

4. Зміст кваліфікаційної магістерської роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Опрацювати теоретико-методологічну базу за темою дослідження

2. Проаналізувати суб'єкт дослідження

3. Обґрунтувати пропозиції за обраною темою кваліфікаційної роботи

5. Перелік графічного матеріалу: схеми, діаграми, графіки, таблиці,

6. Дата видачі завдання «26» жовтня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
Затвердження плану роботи			
1	Виконання вступу	26.10.20 р. – 30.10.20 р.	
2	Виконання розділу 1	02.11.20 р. – 20.11.20 р.	
3	Виконання розділу 2	23.11.20 р. – 14.12.20 р.	
4	Виконання розділу 3	15.12.20 р. – 11.01.21 р.	
5	Формування висновків	12.01.21 р. – 14.01.21 р.	
6	Перевірка на плагіат	15.01.21 р. – 20.01.21 р.	
7	Попередній захист роботи на кафедрі	22.01.21 р.	

Здобувач вищої освіти

(підпис)А.В. КОРОВНІЧЕНКО

(ініціали та прізвище)

Керівник кваліфікаційної
магістерської роботи

(підпис)В.В. НЕХАЙ

(ініціали та прізвище)

Рішення комісії про попередній захист кваліфікаційної роботи від
«__»_____ 20__ року

Члени комісії:

1. НЕСТЕРЕНКО С.А., д.е.н., професор

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

2. НЕХАЙ В.В., д.е.н., доцент

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

3. ШЕВЧУК О.Ю., к.е.н., доцент

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

Допустити до захисту

Завідувач кафедри менеджменту

С.А. НЕСТЕРЕНКО

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«_____» _____ 2021р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО (ФЕРМЕРСЬКОГО) ГОСПОДАРСТВА	
1.1. Теоретичне обґрунтування формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств	11
1.2. Тенденції формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств України	23
1.3. Методологічна основа управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства	34
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГО (ФЕРМЕРСЬКОГО) ГОСПОДАРСТВА	
2.1. Характеристика виробничо-господарської діяльності сільського (фермерського) господарства «Дар»	47
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану СФГ «Дар», як основи забезпечення конкурентоспроможності	62
2.3. Оцінка конкурентних позицій для формування конкурентоспроможного потенціалу СФГ «Дар» щодо реалізації сільськогосподарської продукції	69
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	
3.1. Досягнення ефективності використання основних засобів господарства з метою формування конкурентоспроможного	

потенціалу підприємства	80
3.2. Підвищення функціональної ролі матеріально-речових елементів виробництва сільськогосподарської продукції у формуванні потенціалу конкурентоспроможності	88
3.3. Економіко - статистична модель удосконалення управління формуванням конкурентоспроможності СФГ «Дар»	93
ВИСНОВКИ	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	112

ВСТУП

Необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського господарства визначена в Україні як найважливіше завдання економічної політики. Однак, дотепер реформи української економіки не достатньо підтримують сільгоспвиробників, а намічене не здійснене у повній мірі. Волатильний характер реформ спричинив різкий спад виробництва сільськогосподарської продукції і продовольства, втрату позицій конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на зовнішньому і внутрішньому ринках.

В умовах збільшення долі імпорту продовольства для нашої країни підвищується соціальна і економічна значущість сільського господарства, а проблеми підвищення його конкурентоспроможності потребують особливої уваги, що вказує на *актуальність* дослідження умов діяльності сільськогосподарських підприємств та формування конкурентоспроможного потенціалу.

Вагомий внесок у дослідження питань конкурентоспроможності та конкурентоздатності підприємств зробили такі вчені, як П.Друкер, А. Маршал, Ф. Котлер, А. Курно, Дж. Робінсон, Ф. Кохінакі, Т. Амблер, Й. Шумпетер, Ф. Хайек, М. Портер та інші, які заклали фундамент теорії конкуренції і окреслили її теоретичні основи.

Теоретико-методологічні засади конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств знайшли відображення в працях вчених-економістів: В. Амбросова, Т. Маренич, Л.Євчук В. Збарського, А. Єсполова, С.Кваши, О.Луки, В. Андрійчука, О. Гудзь, С. Нестеренко, Г. Калетника, В. Меселя-Веселяка, Н. Правдюк, П. Саблука, П. Стецюка, В. Ткаченко, В.Нехай, та ін.

Водночас, питання систематизації існуючих наукових підходів до дослідження чинників формування потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, пошуку

напрямків його реалізації, розробка пропозицій та їх наукове обґрунтування потребують подальших розробок.

Основною *метою* кваліфікаційної роботи є теоретичне узагальнення існуючих методичних підходів до процесу формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарського підприємства та формування на цій основі авторського бачення щодо вирішення вказаної проблеми.

Для досягнення мети визначені завдання:

- 1) Окреслити теоретико-методологічні засади управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства;
- 2) Охарактеризувати виробничо-господарську діяльність сільського (фермерського) господарства;
- 3) Розробити практичні рекомендації з формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарського підприємства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес управління виробничо-господарською діяльністю сільськогосподарського підприємства.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є соціально-економічні закономірності управління формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарського підприємства.

Наукова новизна дослідження:

- *набули подальшого розвитку* теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємств у напрямку розвитку концепції формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства;
- *удосконалено* методичні положення оцінки факторів конкурентоспроможності підприємства через послідовне її проведення на галузевому, господарському та внутрішньогосподарському рівнях діяльності з використанням комплексного та порівняльного підходів;
- *удосконалено* методологічні засади формування конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства на підставі побудови економіко - статистичної моделі реструктуризації основних виробничих фондів;

- *удосконалено* методичний апарат управління використанням основних засобів підприємства з метою формування конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства.

Практична значущість роботи полягає у доступному викладенні методичних принципів формування засад конкурентоспроможності та демонстрації їх на прикладі конкретного підприємства. Положення кваліфікаційної роботи доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, що можуть бути використані сільськими (фермерськими) господарствами.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи були використані такі методи наукового дослідження:

- *метод наукового пошуку* - при дослідженні діяльності підприємства та його ринкового оточення;
- *метод аналізу та синтезу* - при формуванні масиву інформації для аналізу показників господарської діяльності;
- *метод групувань* - при узагальненні отриманої інформації щодо господарської діяльності;
- *метод факторного аналізу* – у процесі досліджень щодо чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства;
- *методи теоретичного й емпіричного дослідження* – при аналізі теоретичних матеріалів щодо конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств;
- *метод узагальнень* – при дослідженні економічних та соціальних явищ у сучасних умовах діяльності суб'єктів господарювання;
- *PEST-аналіз* – для характеристики зовнішнього середовища підприємства;
- *розрахунково-конструктивні та економіко-статистичні методи* - у процесі економічної характеристики підприємства та його ринкового оточення;
- *метод моделювання* - при створенні моделі формування конкурентоспроможного потенціалу господарства та інші.

Апробація результатів дослідження. Основні результати

кваліфікаційної роботи оприлюднені на 2 наукових конференціях ([15,18] у наведеному в переліку списку літературних джерел):

1. Коровніченко А.В. Формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарського підприємства. / Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ. Факультет економіки та бізнесу (09-18 листопада 2020 року: збірник тез доповідей. Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. С. 225-226.

2. Нехай В.В., Коровніченко А.В. Формування механізмів розвитку збуту підприємств / X Міжнародна науково-практична Інтернет – конференція «Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління (19 - 20 листопада 2020 року, м. Полтава). URL: <http://www.economicstoday2020.ukrbbb.net/viewtopic.php?f=11&t=50>.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, основної частини, висновків та списку літератури з 81 джерела, вміщує 28 таблиць та 11 рисунків, представлена на 117 аркушах.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО
(ФЕРМЕРСЬКОГО) ГОСПОДАРСТВА

**1.1. Теоретичне обґрунтування формування
конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств**

Глибокі системні трансформації зовнішніх та внутрішніх умов ведення агробізнесу, які зазвичай мають хаотичний і невизначений характер, а також стрімкий розвиток методів економічних досліджень зумовлюють необхідність узгодження існуючих теоретико-методологічних підходів формування стійких конкурентних переваг із сучасними економічними реаліями. Нечітко сформульованими та недостатньо обґрунтованими залишаються системоутворюючі принципи і закономірності перетворення першоджерел конкурентоспроможності у стійкі конкурентні переваги. Поглиблення потребує інструментарій забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств різних за внутрішніми та зовнішніми умовами функціонування.

Дослідження підтвердили, що до перших трактувань категорії “конкурентоспроможність” слід віднести теорію порівняльних витрат Д. Рікардо, становлення і розвиток якої припадає на кінець XVIII - початок XIX ст. У роботі “Начало політичної економії та оподаткування” (1817 р.) закладено теоретичні основи досконалої. конкуренції. На основі порівняння витрат різних країн на виробництво споріднених товарів Д. Рікардо було виділено існування різних видів конкурентних переваг країн на світовому ринку. Головна ідея даного наукового підходу полягала у тому, що в процесі обміну продукцією перевагу отримують ті країни, які виробляють її з меншими витратами. Це й виступає визначальним фактором їх спеціалізації серед інших

країн [56].

Основи теорії монополістичної конкуренції закладено у XIX ст. А. Маршалом. Її сутність полягала в можливості отримання часткової і довгострокової стійкої рівноваги на ринку за рахунок розвитку технології, яка впливаючи на якісні показники продукції створювала споживчу перевагу, що відігравала першочергову роль при формуванні рівня цін [17].

Французький економіст та математик А. Курно у праці “Дослідження математичних принципів теорії багатства” (1838 р.), приділив увагу теорії олігополістичної конкуренції та дослідженню монополії як випадкового явища. До його надбань віднесено введення в економічну теорію таких понять як: попит, загальний та граничний дохід та граничні витрати [69, с. 202-203].

Прорив в теорії міжнародної торгівлі зроблено у 20-х рр. XX ст. економістами-неокласиками Е. Хекшером та Б. Оліном. Результати проведених досліджень у площині взаємодії та співвідношення основних виробничих факторів, що були оприлюднені Е. Хекшером у статті “Вплив зовнішньої торгівлі на розподіл доходів” можна вважати початком теорії міжнародної конкуренції. У 1933 р. Б. Олін у роботі “Міжрегіональна та міжнародна торгівля” уточнив висновки Е. Хекшера наступним формулюванням: міжнародний обмін є обміном надлишкових факторів на рідкісні фактори [17]. Вказаними вченими обґрунтовано залежність експорту країни від товарів з надлишковими факторами виробництва, та імпорту – від товарів з дефіцитними факторами виробництва.

В середині XX ст. американськими економістами П. Самуельсоном та В. Столпером в основні положення теорії конкуренції, що базувалися на взаємодії основних виробничих факторів були внесені правки. Сутність яких полягала у наявності механізму згладжування цін на основні виробничі фактори на світовому ринку за умов використання країнами схожих матеріально-виробничих та техніко-технологічних ресурсів [80].

Дослідником питань формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств Г.Ю.Ткачук узагальнено напрацювання щодо цієї теми (рис. 1.1)

[75].

Сільське господарство — галузь матеріального виробництва, що займається вирощуванням сільськогосподарських культур та розведенням сільськогосподарських тварин для забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості — сировиною. Воно включає дві взаємопов'язані великі галузі — рослинництво (його ще називають землеробством) і тваринництво, які поділяються на менші галузі, підгалузі, виробництва. Воно є первинною ланкою агропромислового комплексу (АПК), а разом із харчовою і деякими галузями легкої промисловості (текстильною, шкіряною, хутровою) складає його основу.

Сільське господарство належить до найдавніших видів господарської діяльності людини. На території України на рубежі V і IV тисячоліть До н. е. розвинулося осіле землеробство (трипільська культура). З давніх часів Україна відома своєю сільськогосподарською продукцією серед інших народів і країн. І зараз сільське господарство належить до важливих галузей міжнародної спеціалізованої держави [7].

Розвиток сільського господарства залежить від природно-географічних і соціально-економічних передумов. До перших належать земельно-грунтові й агро-кліматичні ресурси, які загалом дуже сприятливі на території України.

Сільськогосподарські угіддя займають 42 млн. гектарів, або 70% загального фонду країни. Структура сільськогосподарських угідь така: 78,9% — орні землі (рілля) і багаторічні насадження, 13,0% — пасовища, 8,4% — сіножаті. Найвища частка орних земель — у степових районах (70 — 80%) і лісостеповій зоні. Пасовища зосереджені, в основному, в Карпатах, на Поліссі та в південно-східних степових областях, сіножаті — в долинах рік лісової і лісостепової зон [9].

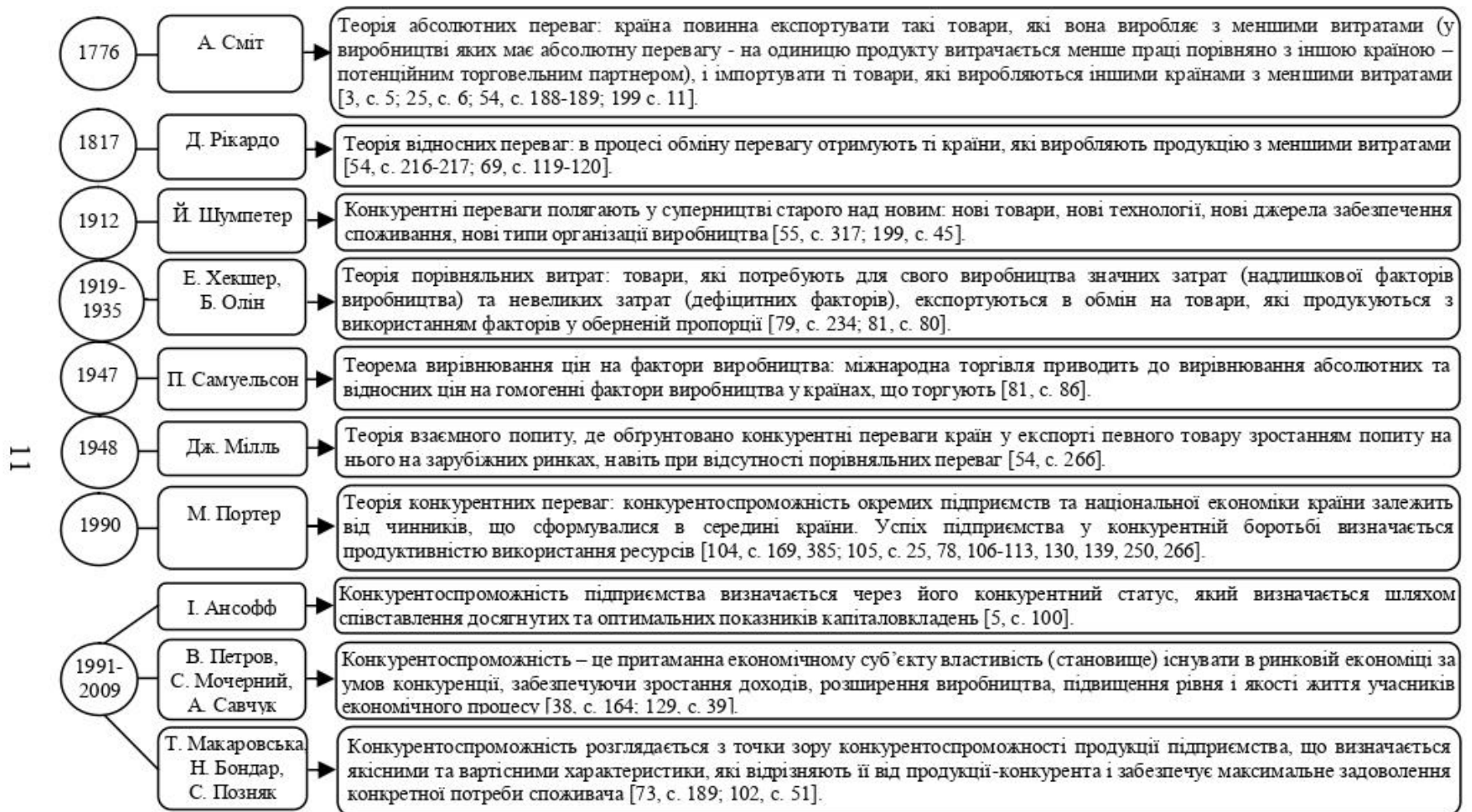


Рис. 1.1. Хронологічна інтерпретація еволюційного розвитку теорії конкуренції

Виробничий потенціал аграрної сфери налічує 42,4 млн.га сільськогосподарських угідь, з них 33,2 млн.га ріллі. Загалом виробництво сільгосппродукції в Україні є недостатньо високим (таблиця 1.1 [71]).

На тлі загального спаду виробництва у країні «...не можна не помітити певних позитивних зрушень в аграрному секторі, таких, що формують конкурентоспроможний потенціал підприємств сільського господарства України. Багато підприємств вдало адаптувалось до вимог ринкової економіки. Замість матеріалоємних та трудовитратних впроваджуються високоефективні технології, що дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію для внутрішнього і зовнішнього продовольчого ринку. Не можна однозначно стверджувати, що для цієї категорії підприємств всі питання вирішені. У менеджменту цих підприємств є претензії до органів виконавчої влади, законодавчих структур стосовно несвоєчасних розрахунків за продану продукцію, нестабільного матеріально-технічного забезпечення, відсутність паритету у міжгалузевих відносинах тощо» [71]. Не менш важлива також ринкова орієнтація приватного сектора і, особливо, присадибного господарства населення.

З розвитком продуктивних сил суспільства великого значення у збільшенні виробництва продукції рослинництва і тваринництва набувають використання досягнень науково-технічного прогресу, розробка та впровадження високоефективних науково обґрунтованих систем ведення сільського господарства, спеціалізація та раціональне використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Процес відтворення в сільському господарстві досить складний і залежить від природних, науково-технічних, біологічних, соціальних та економічних факторів. Все це вимагає глибоких економічних знань, постійного аналізу, застосування економічних законів.

Таблиця 1.1

Виробництво сільськогосподарської продукції в Україні, у тому числі на перспективу [70, 71]

Продукція	1990	1999	2000	2008	2016	2017	2018	2020		2025 (прогноз)		2025 до 2018, %	
								Оптиміс-тичний	Песиміс-тичний	Оптиміс-тичний	Песиміс-тичний	Оптиміс-тичний	Песиміс-тичний
Виробництво валової продукції, всього, млрд грн	145,9	71	77,9	104	102,1	100,5	116,8	179,5	113,6	189,5	130,6	188,6	130,0
У т.ч. рослинництво	66,6	35,4	43,6	64,9	61,6	58,7	74	87,2	67,6	106,1	80,5	180,7	137,1
тваринництво	79,3	35,6	34,3	39,1	40,5	41,8	42,8	62,3	45,9	83,4	50,1	199,5	119,9
Виробництво, тис.т													
зерно	51009	24581	24459	53290	46028	39271	56675	71006	51000	80000	60000	203,7	152,8
У т.ч. кукурудза	4737	689	1279	2440	2089	11953	22778	21863	15703	24280	16088	203,1	134,6
цукрові буряки	44264	14064	13199	13438	10068	13749	18731	26000	18200	35000	25000	254,6	181,8
Соняшник	2569	2794	3457	6526	6364	6772	8660	7120	5000	5568	4000	82,2	59,1
Соя	99,3	45,4	64,4	812,8	1044	1680	2263	4268	3712	8800	6600	523,8	392,9
Ріпак	130,2	147,9	131,9	2828	1873	1470	1438	3787	3293	7458	4500	507,3	306,1
Картопля	16732	12723	19838	19545	19666	18705	24248	21504	18700	21000	18694	112,3	99,9
овочі	6666	5324	5821	7965	8341	8123	9826	10366	7780	12000	9450	147,7	116,3
Баштанні	791,7	476,7	373,7	523,6	634,7	750,8	750	1000	720	2000	1550	266,4	206,4
Плоди і ягоди	2902	766	1453	1504	1618	1747	1891	2412	1970	3784	2430	216,6	139,1
Виноград	835,7	306	513,8	415,3	468,7	407,9	522	494,8	404	694	620	170,1	152,0
Кормові культури, тис.т	47177	48745	6212	7030	6408	6176	6176	23979	15986	32097	21000	519,7	340,0
М'ясо(забійна маса), тис. т	4358	1695,3	1663	1906	1917	2059	2197	3247	2333	4365	2558,9	212,0	124,3
ВРХ	1985	791,2	754,3	480	453,5	428	423	663	429	1392	520	325,2	121,5
Свині	1576	656,3	675,9	590	526,5	631	687	1256	780	1472	862,5	233,3	136,7
Птиця	708,4	204,2	193,2	794	894,2	954	1045	1267	1076	1424	1122,2	149,3	117,6
Баранини, козлятина	87,7	43,6	38,6	42	43,2	46	42	61	48	77	54,2	167,4	117,8
Молоко, тис.т	24509	13362,2	12658	11761	11610	11249	11079	15400	11200	23000	12450	204,5	110,7
Вовна, т	29793	3759	3400	3753	4100	4192	4000	7000	4500	10500	5000	250,5	119,3
Яйця, млн шт.	16287	8739,7	8809	14951	15908	17052	18933	18000	19000	19200	19000	112,6	111,4

Сьогодні в окремих областях України створені і успішно діють агропромислові об'єднання. До їх складу входять на добровільних засадах радгоспи, міжгосподарські підприємства, підприємства й організації по обслуговуванню сільськогосподарського виробництва і переробці сировини, а також підприємства торгівлі, які реалізують вироблену об'єднанням продукцію. При цьому підприємства зберігають свою господарську самостійність і юридичні права.

Визначальною проблемою для України нині є відсутність чітких стратегічних та тактичних пріоритетів розвитку галузей АПК. Проблема формування стратегії і тактики надто об'ємна та дискусійна і наводить на думку, що вона не може обмежуватись лише науковим аналізом міжнародних стандартів та поглядів, а ще гірше – копіюванням неадаптованих механізмів. Слід зауважити що успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності будь-якої країни без науково обґрунтованої соціально-економічної політики, тобто стратегічних і тактичних дій держави неможливий. Свідомий вибір механізму економічного регулювання з властивою йому структурою і динамізмом, внутрішні та зовнішні чинники якого стають могутньою рушійною силою процесу – важлива складова зовнішньоекономічної ситуації.

Спад валового національного продукту, руйнація системи, загострення дефіциту платіжного балансу і державного бюджету, суттєве зниження рівня життя переважної більшості соціальних верств населення – найбільш характерні ознаки критеріальної оцінки наслідків зовнішньої політики та невважених рішень щодо перспектив розвитку зовнішньоекономічної діяльності в галузі. Вона не наближається, а навпаки, віддаляється від сучасного світового ринку з властивою йому системою відносин, конкуренції та активним бізнесом під регулюючим правовим і економічним впливом держави. Усе за

Формування АПК і особливості його територіальної організації залежать від сукупної дії природно і суспільно-географічних факторів.

Водночас кожен фактор зокрема впливає на формування АПК в певному напрямі (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Фактори впливу на розвиток підприємств агро-промислового комплексу (систематизовано автором на підставі [7,8,9,12,14])

Найбільший вплив на формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств АПК України мають такі суспільно-географічні фактори: рівень господарського освоєння території, науково-технічний прогрес, потреби населення в продуктах харчування, характер розселення і рівень забезпечення трудовими ресурсами.

Для формування АПК України велике значення мають природно-кліматичні фактори, особливо для розміщення і спеціалізації сільського

господарства. Під впливом природних умов формується територіальна структура АПК України.

Серед природно-кліматичних факторів найважливіше значення мають агрокліматичні, ґрунтові і водні ресурси. Агрокліматичні ресурси характеризують ступінь забезпечення сільськогосподарських культур теплом і вологою. Для України характерна зональність у розподілі тепла і вологи.

У зв'язку з тим, що в Україні сільське господарство поступається промисловості як за щільністю основних виробничих фондів, так і за обсягом виробництва товарної продукції, в країні переважає промислово-сільськогосподарський тип освоєння території. Важливою складовою частиною освоєння території України є рівень розвитку інфраструктури території, особливо комунікаційної. Від територіальної організації інфраструктури, густоти транспортної мережі, її технічного стану, напрямку залізниць і автомобільних доріг залежать особливості територіальної організації АПК і регулярність зв'язків між його основними ланками.

Провідна роль у структурі перевезень вантажів АПК належить автомобільному транспорту. Спеціалізовані транспортні засоби (автоцистерни, спеціалізовані автомашини для овочів, хліба, рефрижератори тощо) перевозять вантажі АПК. Залізничний транспорт займає провідне місце у здійсненні зовнішніх зв'язків АПК.

Одним з головних чинників, що впливають на формування і територіальну організацію АПК і споживання його кінцевої продукції є характер розселення, густина сільського населення і рівень забезпечення трудовими ресурсами.

Різні природно-географічні зони України нерівномірно забезпечені трудовими ресурсами. В результаті одні регіони України мають надлишок трудових ресурсів у сільському господарстві, а інші відчувають їх недостачу. Найкраще забезпечені трудовими ресурсами лісостепові області, де найвищою є густина сільського населення. Найбільша потреба в трудових ресурсах відчувається у степових областях, де густина сільського населення

найменша. Ступінь забезпеченості трудовими ресурсами впливає на спеціалізацію аграрно-промислових комплексів. Так, у регіонах, краще забезпечених трудовими ресурсами, формуються АПК, що виробляють працемістку продукцію.

Потреби населення в продукції АПК визначаються науково обґрунтованими нормами споживання на душу населення і реальними можливостями їх задоволення. Певною мірою на обсяг і асортимент необхідних продуктів харчування впливають природно-географічні умови, місцеві національні особливості і традиції.

Перехід до ринку вимагає розробки наукових основ ефективного господарювання на засадах вільної конкуренції (рис. 1.3).

Актуального значення набуває питання пошуку оптимальних форм господарювання в народногосподарському комплексі і зокрема, в АПК. Від його рішення прямо залежить розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, майбутнє продовольчого сектору.

Проблема ця багатопланова, така, що стосується з одного боку, як суб'єктів господарювання, так і органів державної виконавчої влади, які виконують функції реалізації аграрної політики на місцях, а з другого, - потребує нового підходу до створення, функціонування та вдосконалення різних форм господарювання.

Гнучкі зміни обумовлюються вимогами ринку. Дослідники багатьох країн світу вказують на поступове зникнення інституційних і політичних бар'єрів, які відділяли село від міста. Відхід від адміністративно-командної системи організації економіки зробив неможливим існування практики централізованого розподілу ресурсів без урахування економічних реалій. З постійними змінами умов господарювання, держава об'єктивно не може в таких самих обсягах підтримувати сільське господарство. Не випадково висувуються вимоги до уряду про субсидіювання агропромислового сектора, як це було раніше. Проте очевидно і те, що держава не в змозі цього робити, частка АПК в державному бюджеті скорочується, а перспективи її

збільшення обмежені.

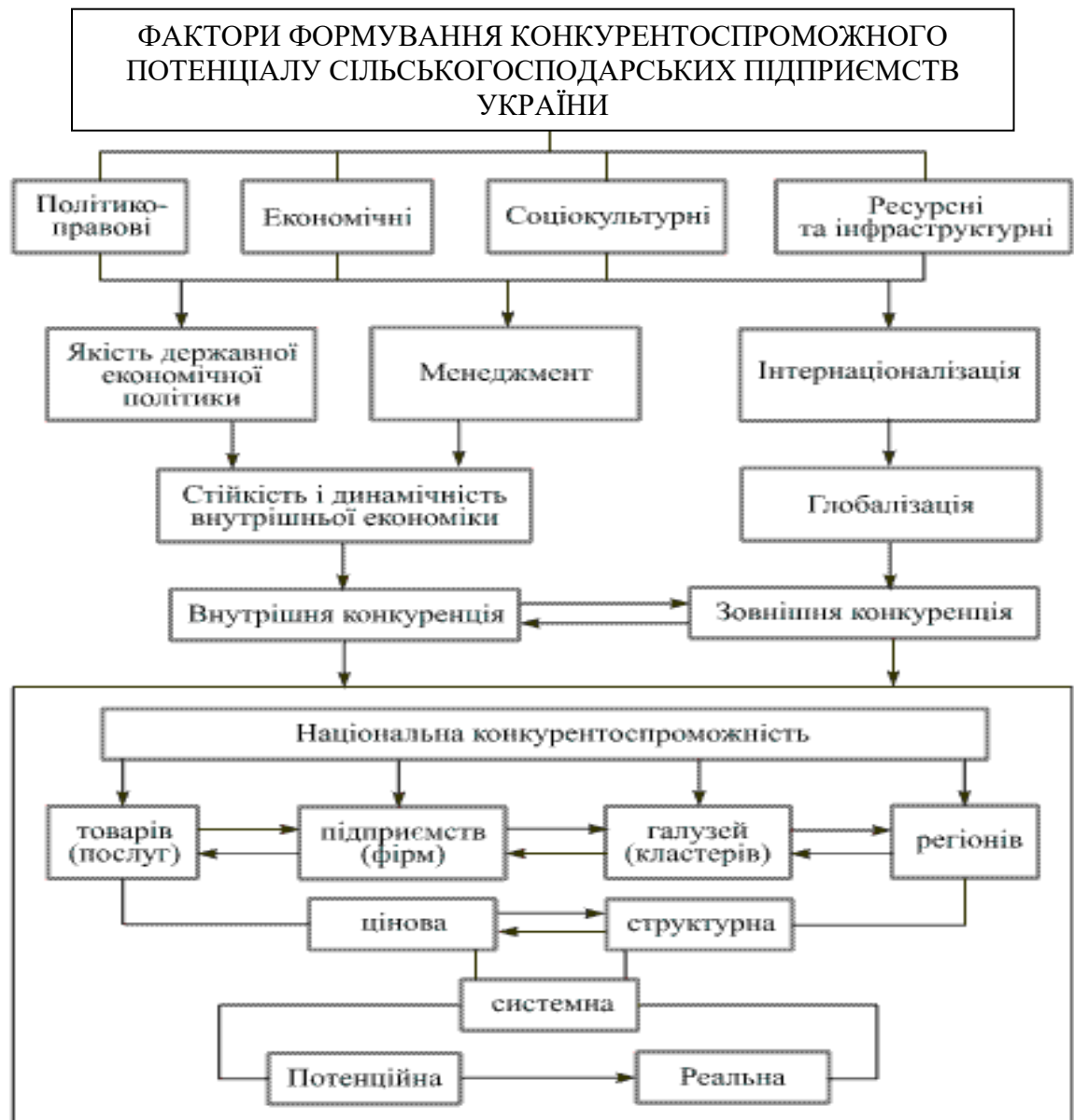


Рис. 1.3. Фактори формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств України [17]

Перехід аграрної сфери до ринку не можна розглядати ізольовано від загальних соціально-економічних перетворень в державі. Ринок, як відомо, є найважливішим елементом товарного виробництва. З огляду на це ринкові відносини відображають значною мірою специфіку суспільного ладу. Ринок, насамперед, є сферою обміну товарів, організованою за законами руху

товарно-грошових відносин відповідно із законом вартості, законом попиту і пропозиції, законом конкуренції та законами грошового обігу. Тому в методологічному плані ринок треба розглядати як важливий сектор господарського механізму. Отже, економічна категорія - ринок – є сукупністю відносин, що виникають у сфері обігу як результат продажу-купівлі товарів.

Економічна суть ринку полягає не лише у забезпеченні грошового та товарного обмінів, які відбуваються за формулою Т-Г-Т (товар-гроші-товар). Ринок відіграє важливу роль у підтриманні життєдіяльності економічної системи, виступає важливою ланкою організації її господарського механізму, забезпечує практичну перевірку економічних рішень, дає оцінку результатів господарювання

Не можна погодитися з економістами, які ототожнюють поняття «ринок» і «торгівля». Ринок слід розглядати як особливу ланку відтворення, як важливий компонент загальної системи економічних відносин суспільства, а торгівлю – як галузь економіки. Тому реальний стан ринку визначається, передусім, умовами його функціонування, специфікою економічної системи країни.

Ринкова економіка ґрунтується на економічній свободі та рівності усіх господарюючих суб'єктів незалежно від форм власності й економічного їх заохочення до раціонального господарювання. Вона дає змогу суспільству реалізувати сильні сторони товарного виробництва та ринку в інтересах соціально – економічного прогресу, створює оптимальну систему заохочення до ефективної економічної поведінки. Працівники та їх колективи орієнтуються на власні інтереси й сили, і самі ж відповідають за негативні наслідки господарювання. Це спонукає до економії ресурсів, ініціативи, підприємливості. Водночас ринкова економіка є досить жорсткою у соціальному плані, вона виключає зрівнялівку та утриманство, можливість однаково розподілу доходів серед членів суспільства. Хоча ринковій економіці властива й марнотратність ресурсів, що виявляється в періодичних

економічних кризах. Незважаючи на останнє, вона має унікальні властивості: здатність при мінімальному адміністративному втручанні або й взагалі без нього певною мірою забезпечувати збалансованість попиту та пропозицій, швидко реагувати на зміну господарської кон'юнктури, стимулювати підприємство. Стихійний же ринок може спричинити інфляцію, кризові явища тощо.

Слід визнати, що в умовах планово-розподільних відносин чимало елементів ринку поступово трансформувалися в сільському господарстві у досконаліші економічні системи. У передреформаційні роки (1985–1990) в Україні, як і в цілому Радянському Союзі, більш реальними стали товарно-грошові відносини, закупівельні ціни повніше відбивали витрати на виробництво, поступово почав формуватися багатокладний аграрний сектор, створювались селянські (фермерські) господарства, орендні кооперативні сільськогосподарські і переробні підприємства. Підвищилась самоокупність сільського господарства, поверненість кредитів, частка власних засобів у інвестиціях становила 70%. Керівники господарств спряли перехід до ринкової економіки як спосіб вільної господарської діяльності і спряли його позитивно, особливо враховуючи наявність дефіциту продовольства. Це давало надію на новий, потужний імпульс розвитку виробництва, насичення ринку товарами. Не викликали сумніву, як і нині, основні його регулятори – попит і пропозиції та рушійна сила – конкуренція.

1.2. Тенденції формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств України

Основою формування конкурентоспроможного потенціалу та ефективного розвитку агропромислового виробництва в ринкових умовах є не стільки інституціональні зміни, скільки рівень та масштаби використання досягнень науково-технічного прогресу, якість виробничого потенціалу, кваліфікація працюючих, їх заінтересованість в досягненні високих кінцевих

результатів. Через недооцінку цих положень практично зупинено інвестиційну діяльність, не відновлюються виробничі потужності, особливо техніка та обладнання. Знижується родючість ґрунтів та продуктивність праці. Тому і при ринкових відносинах потрібне визначення пріоритетів на кожному етапі розвитку агропромислового виробництва, матеріальне і фінансове забезпечення їх реалізації. Мав місце так званий зрівняльний підхід до формування ринку товарів і послуг, незалежно від їх народногосподарського значення. Внаслідок цього макроекономічні фактори почали негативно впливати на формування продовольчого ринку. Це спричинило падіння реального рівня доходів населення, інфляцію і збільшення неплатежів. Одночасно знизилось значення етапності застосування нових економічних відносин, які враховують природу розвитку аграрного виробництва.

Індикатором рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції є популярність її на зовнішньому ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність України на ринку продовольства активно покращує результати. Зокрема, торік обсяги експорту сільгосппродукції склали 12 млрд. дол., що на 28,5 % більше 2018 р. «За 2020 рік обсяги експорту сільськогосподарської продукції зросли на 28,5 % і складають 12 млрд. дол.. Позитивне сальдо становить 5 млрд. дол.. Звичайно, вагомий чинник позитивного сальдо відіграла соняшникова олія – плюс 25%, зернові культури – плюс 27%, насіння олійних культур – плюс 10%, а також молокопродукти – плюс 5%», – поінформував очільник Мінагрополітики.

Успішними протягом 2020 року були пошуки нових ринків збуту вітчизняної сільгосппродукції.

За даними УАК, у тому числі в червні Україна експортувала 1,5 млн. тонн зерна, включаючи 0,7 млн. тонн пшениці, 0,5 млн. тонн кукурудзи й більше 0,26 млн. тонн ячменя [70].

Раніше експерти оцінювали експортний потенціал країни на минулий маркетинговий рік в 13-13,5 млн. тонн. Україна в 2017 році зібрала 39,2 млн.

тонн зерна при внутрішнім споживанні близько 26 млн. тонн.

Україна має декілька основних конкурентних переваг щодо розвитку експорту високоприбуткової продукції сільського господарства: сприятливі кліматичні умови, багаті сільськогосподарські ресурси (у т.ч. високопродуктивні ґрунти та придатні для зрошення землі), наявність у великій кількості водних ресурсів, досягнутий останнім часом прогрес в галузі сільськогосподарської торгівлі та розвитку підприємництва, а також близькість до основних іноземних ринків із постійно зростаючим попитом на сільгосппродукцію.

Водночас, існують декілька значних негативних тенденцій та проблем, які перешкоджають формування конкурентоспроможного потенціалу сільських фермерських господарств України (рис. 1.4).

Розміри агропродовольчого сектора, в якому, створюється додана вартість, значною мірою визначаються попитом на міжнародних ринках. Основними факторами, котрі впливають на зміну моделей харчування в світі, є: збільшення доходів, більша увага до здоров'я та урбанізація. Внаслідок цього в усьому світі можна спостерігати загальне збільшення споживання високоцінних продуктів (HVP). До цієї групи HVP, як правило, включають фрукти та овочі, вино, тютюн та всю тваринницьку продукцію, у т.ч. м'ясо, птицю та молочні продукти. Упродовж останніх декількох десятиліть найбільше зростання було зафіксоване в групі світових імпортерів свіжих фруктів і овочів, заморожених овочів, сухофруктів та фруктових соків.

Від виробництва високодохідних продуктів зазвичай отримують більші надходження з гектара, більший чистий дохід на одиницю продукції при реалізації як у свіжому, так і переробленому вигляді, або більшу додану вартість після переробки у порівнянні з іншими культурами чи продуктами їх переробки.

Маркетинг зі створення доданої вартості також відіграє дуже велику роль у розвитку експорту. Такий маркетинг передбачає переробку або зміну продукту шляхом приготування, поєднання, збивання, перемелювання,

лущення, екстрагування, сушення, копчення, ремесел, прядіння, маркування та пакування. Серед інших способів збільшення вартості сільгосппродукції можна назвати: вирощування з використанням екологічно безпечних методів, або додавання інформаційної чи освітньої складової. Масштаби виробництва продукції з доданою вартістю відрізняються від масового виробництва, успіх у цьому значною мірою залежить від використаної виробником стратегії просування продукції та реклами (Проект аграрного маркетингу АМР США).



Рис. 1.4. Несприятливі для формування конкурентоспроможного потенціалу сільських фермерських господарств України фактори (систематизовано автором на основі [11, 16, 71 75])

В Україні відсутній або недостатньо розвинутий увесь спектр технологій, завдяки яким створюється додана вартість, що перешкоджає створенню значних ринків для фермерів або забезпеченню конкурентоздатності АПК України на світових ринках, у т.ч. на внутрішньому ринку, який стає дедалі вимогливішим, та на найбільшому перспективному експортному ринку для української продукції – ринку ЄС.

Реалізація продукції на експорт залишається важкодосяжною метою для більшості виробників овочів та фруктів; продукцію, котра все ж таки йде на експорт (зазвичай на вітчизняні міські ринки) здебільшого купують прямо на місці випадкові перекупники (посередники), які з'являються в сезон врожаю. Нині основними експортерами виробленої дрібними та середніми виробниками України сільгосппродукції, в т.ч. овочів і фруктів, є країни Балтії та Білорусь. Існують усі підстави сподіватися, що ці країни в найближчому майбутньому залишатимуться основним пунктом призначення українських високододаних продуктів. Хоча Україна офіційно і заявила про стратегію євроінтеграції, проте істотному доступу українських високоцінних продуктів на західні ринки, принаймні в короткостроковій перспективі, і надалі перешкоджатимуть вхідні бар'єри на сільськогосподарських ринках ЄС (у т.ч. високі митні тарифи, політика протекціонізму в галузі сільського господарства та субсидії, які ставлять у нерівне становище імпортерів сільськогосподарської та харчової продукції з інших країн) разом з високими вимогами щодо якості продукції [10].

Поряд з цим, існує ще ціла низка факторів, які впливають на довгострокову співпрацю експортерів продукції сільського господарства, продуктів харчування з іншими країнами, зокрема:

- · великий розмір ринків країн та зростаючий попит на цих ринках на високоцінні продукти;
- · знайоме бізнес-середовище, що спрощує налагодження партнерських відносин та торгових зв'язків (до початку 1990-х рр. переважна більшість

високоцінної продукції експортувалася на ринки колишнього Радянського Союзу як у свіжому, так і в переробленому вигляді);

- наявність ринкової ніші для експорту української високодохідної продукції завдяки якості цієї продукції та відповідності місцевим стандартам.
- цінова конкурентоздатність української високодохідної продукції завдяки підписанню договорів про вільну торгівлю з країнами ЄС.;
- наявність позитивного іміджу української плодоовочевої продукції серед споживачів на цих ринках, причому цей імідж можна відновити.

На думку спеціалістів Проекту аграрного маркетингу АМР США/LOL, впродовж наступних 3-5 років на світовому ринку домінувати в реалізації цієї продукції буде Німеччина, скандинавські країни, Бельгія, Нідерланди, Великобританія, Австрія, Чехія та Польща. Виробники із вищезазначених країн вивчили та придбали обладнання для переробки, упаковки, маркування та просування на ринок високоякісної харчової продукції; однак зараз вони шукають менш дорогі джерела продуктів. Крім того, мережі супермаркетів в Україні також роблять акцент на якості продукції, вони навіть розпочали проводити навчання українських фермерів та робити інвестиції в поліпшення технологій переробки, почавши з фруктів, овочів, молочних продуктів та морепродуктів [17].

Дослідження IFC 2019 року «Фермерство та агробізнес в Україні», здійснювалось в межах проекту розвитку агробізнесу в Україні [6]. Питаннями дослідження були наступні.

1) Чи вирощені в Україні овочі достатньо якісні для того, щоб їх експортувати?

Згідно з думкою респондентів, огірки, як правило, мають найпридатнішу якість для експорту: 71 % виробників вважає, що огірки цілком можна експортувати. Стосовно інших типів продукції (помідори, капуста та цибуля) приблизно половина респондентів вважає, що якість їхньої продукції відповідає встановленим стандартам якості. Виробники не вважають, що українська картопля відповідає експортним стандартам. Сорок

дев'ять відсотків респондентів дотримуються думки, що якість цієї культури уможливило її експорт. Водночас майже третина виробників (29 %) скоріше поділяють протилежну думку.

2) Наскільки добре фермери поінформовані про вимоги до експортної продукції?

Для визначення ступеню поінформованості в дослідженні використовувалися такі характеристики: „повністю поінформований”, „частково поінформований” та „непоінформований”. Результати цього дослідження продемонстрували, що виробники найменше поінформовані про „правила гри”, тобто перелік основних вимог до експортної продукції. Майже дві третини сімейних ферм (62 %) незнайомі з цими правилами, 29 % – частково поінформовані, та лише 8 % – повністю поінформовані про вимоги щодо угод з продажу сільгосппродукції.

3) Як фермери ставляться до необхідності дотримуватися строків постачання та вимог щодо сортування та якості?

Згідно з результатами дослідження опитані порівню розподілилися між „неготовими”, „готовими” та „повністю готовими”.

4) Наскільки добре приватні фермери підготовлені до задоволення потреб покупців щодо упаковки продукції?

Як показують результати, переважна більшість фермерів (73 %) не були готовими до задоволення таких потреб (особливо це стосується овочів). Основними причинами цього є: (1) відсутність вітчизняних виробників високоякісних пакувальних матеріалів за прийнятною ціною; (2) виробники не можуть дозволити собі інвестувати значні кошти в пакувальне обладнання; (3) належним чином упакована сільгосппродукція не користується настільки великим попитом у покупців, щоб це могло забезпечити високу віддачу від капітальних інвестицій, які фермери можуть зробити в пакувальне обладнання [6].

Впродовж останніх шести років Україна була експортером сільськогосподарської продукції та продуктів харчування (табл. 1.2).

Протягом цього періоду експорт становив приблизно 10,1 мільярдів доларів США, а імпорт – 6,5 мільярдів доларів США (HTRS 1-24 групи). У 2019 році було експортовано сільгосппродукції з України на 2,7 мільярдів доларів США (це більше на 17 % за цей показник у 2018 році та більше, ніж обсяг сільськогосподарського імпорту (2,2 мільярди доларів США) [71].

Таблиця 1.2

**Зовнішня торгівля у галузі сільгосппродукції (групи 1-24
Української класифікації товарів у зовнішньоекономічній діяльності),
тис. доларів США**

Продукція	Експорт (за роками)			Імпорт (за роками)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Всього	2 388 934	2 732 287	3 467 721	1 113 761	2 173 704	1 908 026
Живі тварини та продукція тваринництва	379 667	523 367	645 437	142 072	189 188	314 981
— живі тварини	4 902	8 605	3 976	6 079	11 549	13 181
— м'ясо та м'ясні субпродукти	209 494	242 179	177 450	35 509	52 585	158 403
— риба та рибні продукти	13 510	11 402	6 437	71 072	88 447	103 304
— молоко, молочні продукти та яйця	144 775	250 582	445 426	28 438	34 176	37 846
— продукція тваринного походження	6 985	10 600	12 148	975	2 431	2 247
Продукція рослинного походження:	1 120 705	745 809	1 137 458	220 340	776 318	439 582
— саджанці та інші дерева	202	133	339	10 216	13 308	18 573
— овочі та коренеплоди	27 373	13 107	33 860	7 973	5 678	5 727
— фрукти та горіхи, цитрусові	35 944	44 136	58 950	64 860	74 046	80 725
— кава, чай та прянощі	1 478	1 857	1 907	60 064	69 352	80 331
— зернові	997 706	402 300	844 318	24 353	522 527	167 102
— борошно та продукція з нього	14 570	19 035	27 798	12 664	43 391	24 978

— насіння олійних культур	42 489	263 560	168 407	30 404	37 618	48 356
— лаки та смоли	587	474	395	9 547	10 122	13 454
— матеріали рослинного походження	355	1 206	1 484	260	276	336
Жири/олії рослинного та тваринного походження	342 195	558 800	544 445	110 729	109 370	148 951
Продукти харчування:	546 366	904 311	1 140 381	640 620	1 098 828	1 004 512
— м'ясні та рибні продукти	13 399	19 650	25 711	25 220	28 023	38 572
— цукор	112 225	199 164	119 589	98 496	338 848	103 481
— какао та какао продукти	120 119	158 402	203 127	88 495	109 900	145 797
— крупи	28 584	50 723	82 455	13 912	25 738	40 435
— продукти переробки фруктів та овочів	41 987	81 656	92 038	33 291	46 557	56 942
— комбіновані продукти харчування	16 337	68 231	103 819	92 164	136 621	193 795
— алкогольні напої та безалкогольні напої, оцет	85 934	164 045	266 567	43 558	117 653	64 140
— залишки та відходи	82 371	108 445	177 845	55 001	62 102	86 568
— тютюн	45 411	53 995	69 230	190 482	233 388	274 782

У період з 2017 по 2018 роки зростав імпорт таких товарів як харчові добавки; птиця та риба; овочеві та фруктові пюре, сухі концентрати; сухофрукти, спеції; інгредієнти какао та горіхи. Деякі з імпортованих соєвих продуктів використовувалися як складники у харчовій промисловості та виробництві комбікормів (рисунок 1.5).

Аналіз того, у чому потребують українські споживачі та чого не виробляється у країні або виробляється мало, дає інформацію про потенціал для виробництва вітчизняними сільськими фермерськими господарствами.

Україна не є членом СОТ та утримує на відносно високому рівні імпортні мита на імпортовані продукти харчування, особливо на продукти,

що виробляються в межах країни. Крім того, зберігається власна система ветеринарного та санітарного контролю, державних стандартів та сертифікації імпортованих товарів. Всі ці нетарифні бар'єри на шляху торгівлі поглиблюються через існування високих витрат на розповсюдження та перевезення. Після підписання Україною торговельних угод з Македонією, та іншими країнами харчові продукти та сільгосппродукція з цих країн користується ціновими перевагами порівняно з продукцією, імпортованою зі США. Станом на 2017 рік частка США в загальному імпорті продуктів харчування (HS 1-24 групи) становила 2,3 % (29,6 мільйонів доларів США).

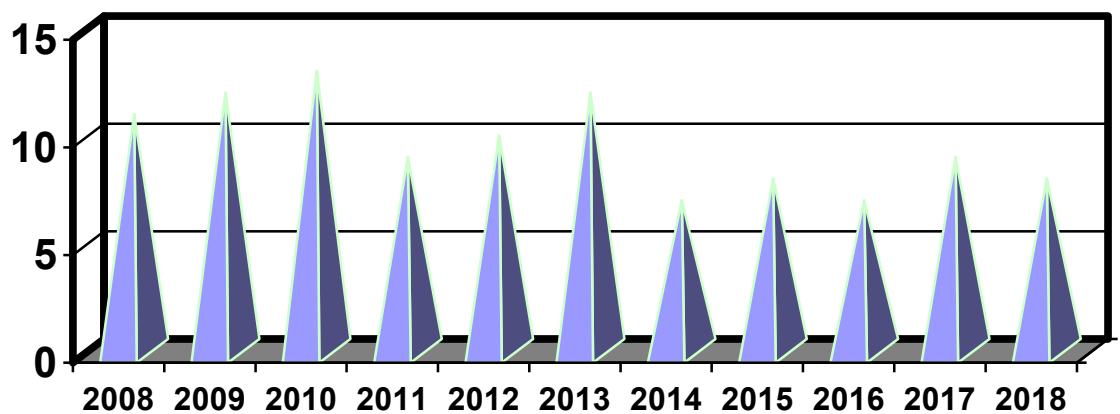


Рис. 1.5. Динаміка імпорту сільгосппродукції в Україні, мільйонів доларів США [29]

Найбільшу частку експорту в 2018 році становили товари, які входять до групи класифікації 1-24: соняшникова олія – 20 %; зернові – 15 %; насіння соняшника – 8 %; молочні та м'ясні продукти – по 9 %; цукор та кондитерські вироби на основі цукру – 7 %.

У 2020 році напрями експорту змінилися: частка сільгосппродукції, відправленої до країн ЄС, зменшилася з 24 до 14 %, у той час як частка країн

у валовому сільськогосподарському експорті зростала з 38 % до 48 %.

В Україні існує ціла низка експортних обмежень у вигляді мит. Експортним митам підлягають жива велика рогата худоба, шкіра та хутро. Крім того, зараз стягується 17 % мито при експорті насіння соняшника, насіння льону та насіння червоного льону [71].

Міністерство економіки та євроінтеграції України затвердило список мінімальних розмірів індикативних цін на сільгосппродукцію, по відношенню до яких застосовуються експортні мита. До цієї продукції належать: жива велика рогата худоба, живі вівці та барани, шкіра великої рогатої худоби, овочі, насіння соняшника, льону та червоного льону. Ці ціни підлягають щомісячному перегляду. Станом на січень 2020 року мінімальні ціни на живу велику рогату худобу вагою понад 350 кг за голову були встановлені на рівні 1 200-1 300 доларів США за тону (FOB українські порти), на насіння соняшника – на рівні 275 доларів США за тону (FOB українські порти). Згідно з цим нормативним положенням, під час експорту не дозволяється встановлювати ціни на рівні, нижчому від мінімального розміру, а також забезпечується ефективність чинного експортного мита [3].

Україна повинна взяти на себе зобов'язання щодо скорочення державної підтримки, яка надається сільському господарству країни. І нарешті, для того, щоб Україна стала повноправним членом СОТ потрібно внести зміни до відповідного законодавства.

Конкурентоспроможність підприємств агропродовольчого сектора, зокрема, сільських (фермерських) господарств, значною мірою визначаються попитом на міжнародних ринках. Основними факторами, котрі впливають на зміну моделей харчування в світі, є: збільшення доходів, більша увага до здоров'я та урбанізація. Внаслідок цього в усьому світі можна спостерігати загальне збільшення споживання високоцінних продуктів (HVP). До цієї групи HVP, як правило, включають фрукти та овочі, вино, тютюн та всю тваринницьку продукцію, у т.ч. м'ясо, птицю та молочні продукти. Упродовж останніх декількох десятиліть найбільше зростання було зафіксоване в групі

світових імпортерів свіжих фруктів і овочів, заморожених овочів, сухофруктів та фруктових соків.

1.3. Методологічна основа управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства

Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємства має велике значення для позиціонування його на ринку. Управління, як система, має починатись з глибокого аналізу та оцінки можливостей підприємства та стану ринку, на якому воно виступає самостійним учасником. Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства має ґрунтуватися на аналізі його потенційної та поточної конкурентоспроможності.

До показників, що дозволяють оцінити потенційну конкурентоспроможність, слід віднести грошову оцінку ріллі, фондозабезпеченість, працевзабезпеченість, енергозабезпеченість, ефективність технології (вихід валової продукції на 100 га ріллі), фондоозброєність, енергоозброєність, продуктивність праці. Шляхом порівняння даних показників з максимальним їх значенням у відповідному році визначаються індекси співвідношення, які потім методом згладжування часток приводяться до підсумкового показнику, що характеризує потенційну конкурентоспроможність [17].

Для цілей формування конкурентоспроможності підприємства слід дослідити фактори, які мають вплив на його розвиток. Для оцінки факторів конкурентоспроможності користуються трирівневою моделлю, яка розкриває їх дію та вплив на таких рівнях:

- на рівні галузі, до якої належить підприємство;
- на рівні підприємства;
- на рівні виробництва продукції підприємства.

На першому рівні оцінка факторів конкурентоспроможності підприємства базується на виявленні технічних, економічних і організаційних умов галузі для створення, виробництва і збуту продукції високої якості, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів, які формуються під впливом загальних умов в країні.

Для дослідження факторів конкурентоспроможності галузі у виробництві, зазвичай, користуються методом аналізу PEST (табл.1.3), однак при цьому слід враховувати не тільки загальні ринкові умови діяльності підприємств, а й вплив специфічних галузевих факторів на досліджуване підприємство.

Таблиця 1.3

Матриця PEST-аналізу

Р	Політика	Е	Економіка
1. Вплив нестабільної політичної ситуації в країні – революційні заходи (-) 2. Подальше зменшення втручання органів державного нагляду (контролю) у діяльність суб'єктів господарювання (+)		1. Збільшення курсу НБУ гривні до американського долара (заплановано в бюджеті України) (-) 2. Зменшення інвестиційної привабливості України через революційні заходи за оцінками міжнародних експертних компаній (-)	
С	Соціум	Т	Технологія
1. Приріст доходів населення (за даними Державної служби статистики України) (+)		1. Розширення мережі об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва (бізнес-інкубаторів, регіональних фондів підтримки підприємництва тощо) державними та приватними фондами (+/-) 2. Активізація участі у науково-освітніх програм іноземних ІТ-компаній(+/-)	

Характеризуючи політичні фактори, точно встановити силу їх впливу неможливо, оскільки, наприклад, революційні події, що час від часу відбуваються в країні, не піддаються прогнозуванню в часі та інтенсивності протікання, а зменшення контролю зі сторони державних органів наразі має більше декларативний характер.

Збільшення валютного курсу може призвести до зростання цін на продукцію, а зношення інвестиційної привабливості країни може ускладнити пошук іноземного партнера та інвестора.

Соціальний фактор по збільшенню реальних наявних доходів населення впливає на підвищення попиту з боку населення на продукцію.

Технологічні фактори одночасно здійснюють позитивний та негативний вплив на компанію. Розширення мережі об'єктів в інфраструктурі і підтримки підприємництва з одного боку спричиняє розвиток науково-технічного прогресу, що дозволить використовувати високоефективні технології, а з іншого – пришвидшує моральне старіння існуючого обладнання та технологій підприємства.

Отже, PEST-аналіз дає змогу охарактеризувати зовнішнє середовище підприємства. Виділення факторів дає можливість підприємству підготуватися до потенційних загроз та використати потенційні можливості зовнішнього середовища, однак їх оцінка носить скоріше якісний характер і може дати певні орієнтири при формуванні програм діяльності.

На другому рівні оціночної моделі для аналізу конкурентоспроможності на рівні підприємства можна використати SPACE метод, що розширює можливості кількісної оцінки факторів впливу та дає орієнтири на використання певних стратегій.

За цією методикою, базуючись на експертному методі, здійснюється оцінка ряду внутрішніх та зовнішніх показників, умов та процесів діяльності підприємства, які обрані як чинники впливу на конкурентоспроможність підприємства. Так, зважена оцінка фінансової сили (ФС) оцінюється за 10-ти бальною шкалою.

На наступному етапі отримані результати подаються на прямокутній системі координат, в якій кожна половина осей X і Y відображає відповідну групу критеріїв (приклад - рис. 1.6) .

Для того, щоб визначити вектор рекомендованої стратегії, визначимо координати точки P (x, y) за формулами 1.1 і 1.2 :

$$x = \text{ПС-КП} \quad (1.1)$$

$$y = \text{ФС-СТ} \quad (1.2)$$

Враховуючи напрям та силу впливу зазначених факторів, представимо для прикладу результат аналізу підприємства з переробки сільгосппродукції, базуючись на SPACE-аналізі ТОВ «Сандора», яке за вказаними даними повинне дотримуватися консервативної стратегії та реалізовувати свій потенціал (табл. 1.4, [73]).

На третьому рівні моделі проводиться оцінка факторів конкурентоспроможності товарів підприємства, яка відображає їх здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Факторами, які визначають конкурентоспроможність продукції в першу чергу виступають ті, які формують її параметри: якість товару, споживчі властивості, ціни, а також реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту.

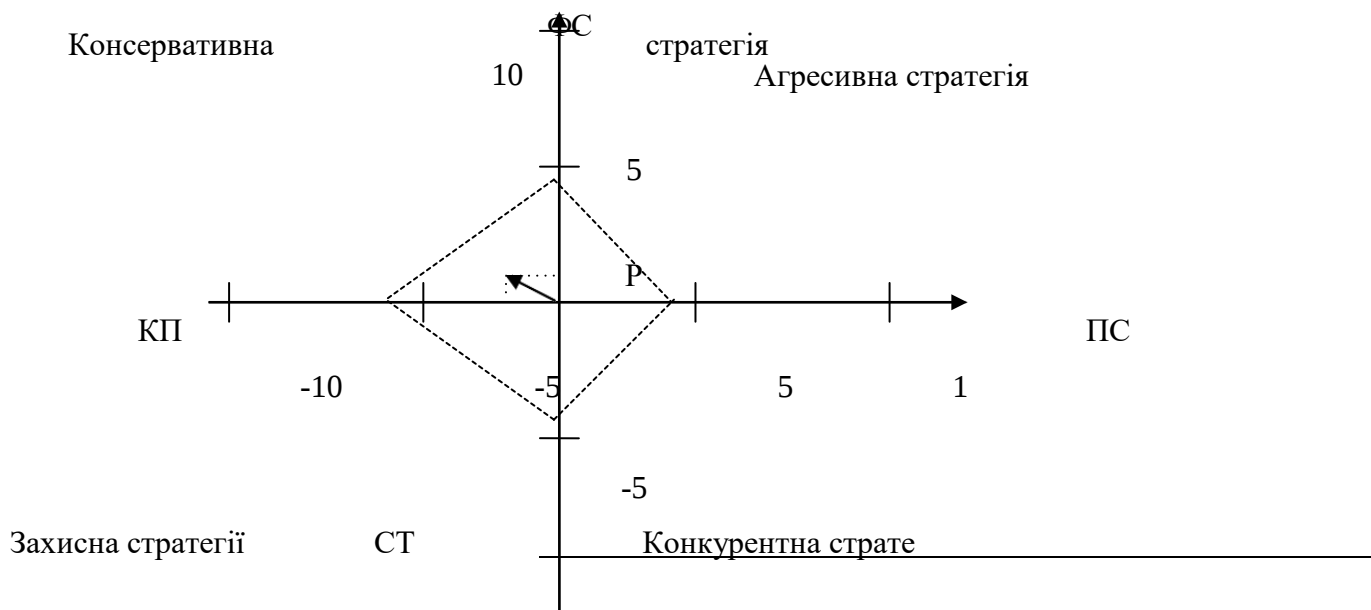


Рис. 1.6. Вектор формування конкурентоспроможної стратегії підприємства за методом SPACE

**Розрахунок зваженої оцінки критеріїв конкурентоспроможності за
методом SPACE**

Критерії	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів
1	2	3	$4=2 \times 3$
Фінансова сила підприємства – ФС			4,5
рентабельність	6	0,4	2,4
стабільність отримання прибутку	1	0,3	0,3
ліквідність	6	0,3	1,8
Конкурентноздатність підприємства – КП			5,3
частка підприємства на ринку	6	0,5	3
можливості активного впливу на рівень цін і витрат	3	0,3	0,9
рентабельність продажу	7	0,2	1,4
Привабливість галузі – ПС			4,6
характеристика конкурентної ситуації	3	0,3	0,9
стадія життєвого циклу галузі	4	0,4	1,6
залежність розвитку галузі від кон'юнктури	7	0,3	2,1
Стабільність галузі -СТ			4,4
тривалість життєвого циклу галузі	4	0,4	1,6
ступінь інновативності галузі	5	0,4	2,0
маркетингові та рекламні можливості	4	0,2	0,8

**За даними ТОВ «Сандора»[73]*

Для визначення факторів і одночасно рівня конкурентоспроможності продукції в рамках порівняльного підходу можна використати метод комплексних відносних показників [73] , який включатиме в себе наступні етапи:

- 1) вибір продукту підприємства для аналізу;
- 2) визначення параметрів продукту, за якими буде здійснюватись оцінка його конкурентоспроможності
- 3) вибір аналогів продукту в якості бази порівняння;

4) оцінка значень вибраних параметрів продукту та структурних елементів конкурентоспроможності продукції по відношенню до їх порогових значень;

5) попарне порівняння аналогів продукту і визначення найкращого (базового) зразка;

6) розрахунок коефіцієнта вагомості кожного із параметрів продукту;

7) порівняння оцінюваного та базового зразків продукту;

8) розрахунок загального показника конкурентоспроможності продукції оцінюваного продукту;

9) оцінка структурних компонентів параметрів конкурентоспроможності продукції;

10) формування висновку щодо рівня конкурентоспроможності продукції та факторів, що його визначають.

11) вибір продукту підприємства для аналізу;

12) визначення параметрів продукту, за якими буде здійснюватись оцінка його конкурентоспроможності

13) вибір аналогів продукту в якості бази порівняння;

14) оцінка значень вибраних параметрів продукту та структурних елементів конкурентоспроможності продукції по відношенню до їх порогових значень;

15) попарне порівняння аналогів продукту і визначення найкращого (базового) зразка;

16) розрахунок коефіцієнта вагомості кожного із параметрів продукту;

17) порівняння оцінюваного та базового зразків продукту;

18) розрахунок загального показника конкурентоспроможності продукції оцінюваного продукту;

19) оцінка структурних компонентів параметрів конкурентоспроможності продукції;

20) формування висновку щодо рівня конкурентоспроможності продукції та факторів, що його визначають.

Одним з головних параметрів оцінки конкурентоспроможності продукції є її якість (табл. 1.5 [25]). Показниками якості сокової продукції виступають смак, запах і консистенція. Оцінка якісних параметрів здійснюється шляхом проведення дегустації органолептичним методом комісією з декількох експертів-дегустаторів. При цьому кожен з показників оцінюється за 5 бальною шкалою. Середній бал показника розраховується як середнє арифметичне з оцінок членів комісії, а показник якості формується як сумарна оцінка його складових (колір, смак і консистенція).

Таблиця 1.5

Параметри продукції для оцінки конкурентоспроможності

Групи параметрів продукції	Код групи	Відповідний параметр продукції	Ефекти при збільшенні параметру	
			Бажані	Небажані
Параметри якості	K0	Якість – сумарна оцінка на основі параметрів – смаку, запаху і консистенції	+	
Ергономічні параметри	K1	Зручність упаковки	+	
Технічні параметри	K2	Гарантійний строк товару	+	
Естетичні параметри	K3	Дизайн і оформлення упаковки	+	
Інформаційні параметри	K4	Параметри інформаційного захисту	+	
Іміджеві параметри	K5	Імідж виробника	+	
	K6	Товарна марка	+	
Економічні параметри	K7	Ціна реалізації		+
Нормативні параметри	K8	Відповідність міжнародним стандартам	+	

Всі інші параметри продукції, що не мають матеріальної форми, можна визначити шляхом анкетування експертів (обраними з числа споживачів), у балах за тією ж шкалою (табл. 1.6).

Далі слід встановити порогові значення параметрів продукції. Приймаємо, що порогове значення для бажаних параметрів дорівнює половині від максимально досягнутого на ринку, а для небажаних параметрів становить 2/3 максимального значення.

Значення параметрів і продуктів-аналогів

Продукт, аналоги	Параметри продукції								
	K0	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
Досліджуване підприємство	A0	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
Конкурент x1	B0	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8
Конкурент x2	B0	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8
Конкурент x3	Д0	Д1	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
....									
Конкурент x n	N0	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8
Порогове значення	C0	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8

Наступним кроком дослідження є попарне порівняння показників відповідних параметрів продуктів-аналогів, завданням якого є пошук найкращого аналога. При менших значеннях параметра виставляється «мінус 1» бал, при більших – «плюс 1», при однакових – «нуль» і в подальшому знаходиться їх алгебраїчна сума. Аналог з меншою сумарною оцінкою вибуває з процесу порівняння.

Представлена методика надає інформацію про рівень впливу відповідних факторів, які сформували певну конкурентоспроможність продукції. А це дає можливість, особливо при врахуванні структурних компонентів останньої, визначати головні напрямки та розробляти заходи з підвищення конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність підприємства як його комплексна порівняльна характеристика відображає переваги над конкурентами за параметрами по цілому набору умов та досягнутих результатів діяльності. Тому її оцінка та оцінка факторів впливу має проводитись регулярно в статичному та динамічному аспектах з врахуванням новітніх методичних принципів та технологій, розробка яких в сучасних умовах актуальна та важлива.

Поточна конкурентоспроможність, виражена через конкурентоспроможність продукції, визначається окремо за кожним її видом як відношення інтегрального індексу якості до індексу вартості товару. Для визначення конкурентоспроможності загальної продукції підприємства індекси якості за кожним видом продукції зважуються часткою виручки від реалізації певного її виду у загальній масі виручки. Після визначення потенційної і поточної конкурентоспроможності та приведення їх до складених величин, на основі аналізу кореляційно-регресійних зв'язків даних двох видів конкурентоспроможності з величиною рентабельності підприємства визначається реальна конкурентоспроможність сільгосппідприємства [17].

Недоліком описаної методики, на наш погляд, є, по-перше, складність отримання інформації для розрахунку інтегрального індексу якості товару, по-друге, постійне приведення показників до складених величин, що затримує процес розрахунку і ускладнює роботу. Крім того, розрахунок загального (інтегрального) показника конкурентоспроможності підприємства здійснюється автором шляхом рішення кореляційно-регресійного рівняння впливу поточної та потенційної конкурентоспроможності на рентабельність підприємства, що з методичної точки зору є неправомірним, оскільки ці показники тісно корелюють між собою.

Оцінку конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства на основі аналізу потенційної (ресурсної) та поточної конкурентоспроможності здійснюють і В. К. Збарський та М. А. Місевич [13]. При цьому інтегральний показник конкурентоспроможності розраховують за формулою:

$$C_e = \sqrt{C_p \times R \times PT}, \quad (1.3)$$

де C_e – індекс конкурентоспроможності високотоварного сільськогосподарського підприємства; C_p – індекс конкурентоспроможності продукції, розрахований як відношення інтегрального індексу якості товару до ціни його реалізації; P_T – індекс товарності підприємства; R – рейтинговий індекс потенційної конкурентоспроможності, визначений за формулою:

$$R = \sqrt{(1-a_1)^2 + (1-a_2)^2 + \dots + (1-a_n)^2}, \quad (1.4)$$

де $a_1, a_2, \dots, a_n$ – показники, що характеризують потенційну конкурентоспроможність, а саме: продуктивність сільгоспугідь, чисельність працівників, фондоозброєність, фондозабезпеченість, енергоозброєність та енергозабезпеченість, продуктивність праці, втрати виробництва, рівень виробництва валової продукції, рівень прибутковості виробництва та реалізації продукції [13].

У відповідності з іншою методикою в якості факторів для оцінки конкурентоспроможності підприємства пропонується використовувати показники його фінансового стану, ринкової частки та рівня конкурентоспроможності продукції, які графічно відображаються на основі побудови трьохвимірного конкурентного простору. Об'єм, що займає кожне підприємство в даному просторі, відповідає рівню його конкурентоспроможності серед досліджуваної сукупності [13]. Однак які саме показники обрати для оцінки фінансового стану підприємства чи конкурентоспроможності його продукції не зазначено, як і не зазначено те, яким чином їх звести до трьох узагальнюючих показників.

На думку вчених, до основних показників конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства слід віднести трудомісткість, фондомісткість, зарплатомісткість, рівень рентабельності, фінансову самостійність підприємства, якість продукції, рекламу. В свою чергу рівень конкурентоспроможності підприємства визначається за допомогою розрахунку

його місця у рейтингу конкурентоспроможності підприємств досліджуваної сукупності [16].

Колектив українських вчених-аграрників для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників вважає методологічно виправданим застосовувати систему показників ефективності сільськогосподарського виробництва, а саме: рівень рентабельності, масу та норму прибутку, продуктивність праці, ціну та якість продукції, товарність виробництва, його ліквідність та кредитоспроможність. Доцільним є також аналіз наступних показників: ефективності використання земельних, трудових, матеріальних ресурсів, фондівіддача, фондо- й енергомісткість одиниці продукції і валової доданої вартості, створеної в галузі [5,16].

Оскільки головним та незамінним ресурсом в сільському господарстві є земля, то критерієм конкурентоспроможності виробництва, на думку А. Т. Єсполова, є чистий прибуток в розрахунку на одиницю земельної площі. В якості додаткових показників можуть застосовуватись: обсяг реалізації на одиницю земельної площі, чистий прибуток в розрахунку на виробничий капітал та на одиницю затраченої праці, рентабельність виробництва [2].

В. Я. Амбросов та Т. Г. Маренич вважають, що «важливими показниками конкурентоспроможності є обсяг продажу у вартісному обчисленні та прибуток. Як додаткові показники виступають порівняльний рівень собівартості продукції, ціна її реалізації» [7].

Підсумовуючи матеріали розділу, слід зазначити, що існує ще ціла низка факторів, які впливають на довгострокову перспективу розвитку сільського господарства України.

Тривалий час сільськогосподарське виробництво розвивалося екстенсивним шляхом, тобто за рахунок залучення до нього додаткових земельних площ, особливо ріллі, збільшення поголів'я худоби.

Формування АПК і особливості його територіальної організації залежать від сукупної дії природно і суспільно-географічних факторів. Водночас кожен фактор зокрема впливає на формування АПК в певному напрямі.

Перехід до ринку вимагає розробки наукових основ ефективного господарювання на засадах підприємства, конкуренції.

Актуального значення набуває питання пошуку оптимальних форм господарювання в народногосподарському комплексі і зокрема, в АПК. Від його рішення прямо залежить розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, майбутнє продовольчого сектору.

Україна не є членом СОТ та утримує на відносно високому рівні імпортні мита на імпортовані продукти харчування, особливо на продукти, що виробляються в межах країни. Крім того, зберігається власна система ветеринарного та санітарного контролю, державних стандартів та сертифікації імпортних товарів.

Україна не є членом СОТ та утримує на відносно високому рівні імпортні мита на імпортовані продукти харчування, особливо на продукти, що виробляються в межах країни. Крім того, зберігається власна система ветеринарного та санітарного контролю, державних стандартів та сертифікації імпортних товарів. Всі ці нетарифні бар'єри на шляху торгівлі поглиблюються через існування високих витрат на розповсюдження та перевезення. Після підписання Україною торговельних угод з Македонією, та іншими країнами харчові продукти та сільгосппродукція з цих країн користується ціновими перевагами порівняно з продукцією, імпортованою з низки інших країн, що дає великі перспективи для участі у світовому розподілі ринків.

Земельна реформа в Україні, принаймні на перших стадіях її проведення була зосереджена головним чином на швидкій реорганізації існуючих до 90-их років організаційних форм ведення сільського господарства (у першу чергу колгоспів). При цьому проголошення приватної власності на землі сільськогосподарського призначення було законодавчо явно недостатньо спрямовано на конкретне забезпечення раціонального використання цих земель новими власниками та створення для них реальних умов господарювання на власних землях. Це стало головною причиною занепаду сільського господарства в Україні. Проте, землі сільськогосподарського

призначення повинні були стати головною базою становлення та розвитку аграрного підприємництва, ринкових відносин в Україні, адже інші категорії земель за своїм функціональним призначенням значно меншою мірою придатні для цього.

Земельний Кодекс (ЗК) України вніс ряд уточнень у регламентацію земельних фермерських відносин. Насамперед Кодексом змінена назва господарства: тепер воно називається «фермерське господарство», а не селянське (фермерське) господарство, як раніше, що є правомірним, оскільки ці господарства завжди є селянськими. До новел позитивного характеру можна віднести також і визнання суб'єктом права власності на землю саме ФГ, що свідчить про зміцнення правового статусу господарства як юридичної особи.

ВИСНОВКИ

На підставі проведених досліджень, аналізу ситуації та розробки заходів з формування конкурентоспроможного потенціалу селянського) фермерського господарства, можна зробити висновки.

Основою формування конкурентоспроможного потенціалу та ефективного розвитку агропромислового виробництва в ринкових умовах є не стільки інституціональні зміни, скільки рівень та масштаби використання досягнень науково-технічного прогресу, якість виробничого потенціалу, кваліфікація працюючих, їх зацікавленість в досягненні високих кінцевих результатів. Знижується родючість ґрунтів та продуктивність праці. Тому і при ринкових відносинах потрібне визначення пріоритетів на кожному етапі розвитку агропромислового виробництва, матеріальне і фінансове забезпечення їх реалізації.

Впродовж останніх шести років Україна була експортером сільськогосподарської продукції та продуктів харчування (табл. 1.2). Протягом цього періоду експорт становив приблизно 10,1 мільярдів доларів США, а імпорт – 6,5 мільярдів доларів США (HTRS 1-24 групи). У 2019 році було експортовано сільгосппродукції з України на 2,7 мільярдів доларів США (це більше на 17 % за цей показник у 2018 році та більше, ніж обсяг сільськогосподарського імпорту (2,2 мільярди доларів США).

Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємства має велике значення для позиціонування його на ринку. Управління, як система, має починатись з глибокого аналізу та оцінки можливостей підприємства та стану ринку, на якому воно виступає самостійним учасником. Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства має ґрунтуватися на аналізі його потенційної та поточної конкурентоспроможності.

До показників, що дозволяють оцінити потенційну конкурентоспроможність, слід віднести грошову оцінку ріллі,

фондозабезпеченість, працезабезпеченість, енергозабезпеченість, ефективність технології.

Проаналізовано фактори формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарських підприємств України. Для дослідження факторів конкурентоспроможності галузі у виробництві представлено метод аналізу PEST та означено, що для формування раціонального управлінського рішення слід враховувати не лише загальні ринкові умови діяльності підприємств, а й вплив специфічних галузевих факторів на досліджуване підприємство.

Представлено методику здійснення оцінка ряду внутрішніх та зовнішніх показників, умов та процесів діяльності підприємства, які обрані як чинники впливу на конкурентоспроможність підприємства та надано приклад її застосування на практиці з використанням 10-ти бальної шкали.

Для визначення факторів і одночасно рівня конкурентоспроможності продукції в рамках порівняльного підходу доцільно використати метод комплексних відносних показників.

Поточна конкурентоспроможність, виражена через конкурентоспроможність продукції, визначається окремо за кожним її видом як відношення інтегрального індексу якості до індексу вартості товару. Для визначення конкурентоспроможності загальної продукції підприємства індекси якості за кожним видом продукції зважуються часткою виручки від реалізації певного її виду у загальній масі виручки.

Аналітичний розділ представляє характеристику діючого сільськогосподарського підприємства. Товариство з обмеженою відповідальністю СФГ «Дар» (далі за текстом – СФГ «Дар») засноване 25 серпня 1994 року шляхом перетворення орендного підприємств. Воно знаходиться у Василівському районі Запорізької області, здійснює господарську діяльність самостійно.

За результатами аналізу розмірів виробництва господарства, можна констатувати: валова продукція в порівняльних цінах 2015 року мала

тенденцію до зростання та склала у 2019 році 99852 тис.грн, що на 49992 тобто у 2 рази більше, ніж у 2015 році (49860 тис.грн). Товарна продукція в цінах реалізації звітного року кожен рік збільшувався за рахунок збільшення валової продукції. Так, у 2019 році товарна продукція склала 54129 тис. грн, що на 20438 тис.грн (у 2,5 рази) більше, ніж у 2015 році.

На підприємстві реалізація сільськогосподарської продукції здійснюється через оптову і роздрібну торговельну мережу (частка роздробу за 2019 рік становить 23,4% від загального обсягу продажів). Доставка продукції на роздрібні торгові точки і для магазинів здійснюється власним автомобільним транспортом підприємства, оптові покупці вивозять продукцію власними силами.

За даними про врожайність, представленими у таблиці, констатуємо, що урожайність озимої пшениці у 2019 році склала 17,06 ц/га, що на 17,37 ц/га (50,45%) менш ніж у 2015 році та склала 34,43 га. Ячмінь вироблявся у 2018 та 2019 роках та склав 28,32 ц/га та 21,6 ц/га. Баштанні також вироблялися на протязі останніх 2-ох років та урожайність їх склала відповідно 62,2 та 82,5 ц/га.

Загальні виробничі витрати на 1 грн. валової продукції господарства мали тенденцію до зниження та склали 0,6 грн., що на 0,2 грн. (74%) менше ніж у 2015 році, що може формує потенціал підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Зважаючи на показники, які дав аналіз господарської діяльності, слід зазначити, що існують три групи резервів зниження собівартості: резерви, які можуть бути використанні у виробництві без додаткових витрат, резерви, які потребують незначних додаткових витрат і можуть бути використані протягом року та резерви, які потребують значних капітальних вкладень і можуть бути використанні в перспективі.

Конкурентоспроможність СФГ «Дар» залежить у великій мірі від рентабельності його виробничої діяльності. Рентабельність підприємства є основною характеристикою прибутковості та дохідності. Підприємство

працює рентабельно, якщо воно відшкодовує свої витрати виручкою.

У СФГ «Дар» найвищими є показники рентабельності реалізації продукції підприємства, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку сільськогосподарської продукції. Лише за даними 2017 року показник є нижчим за показник рентабельності оборотних засобів. Найвища група показників рентабельності - за 2016 рік: 18,7% - рентабельність реалізації, 14,4%- рентабельність усієї господарської діяльності та 21, 4% - рентабельність оборотного капіталу.

Вартість основних фондів збільшилась у 2019 році: вартість становила на кінець року 13480,5 тис.грн. Надходження перевищили вибуття.

Менеджмент підприємства працює над удосконаленням системи управління діяльністю, підвищення конкурентних позицій, а також формуванням конкурентоспроможного потенціалу господарства.

З метою обрання напрямків формуванням конкурентоспроможного потенціалу розглянуто фінансовий стан СФГ «Дар». Фінансовий стан визначає місце підприємства в економічному середовищі та наскільки ефективними і без ризиковими можуть бути ділові відносини з ним комерційних банків, постачальників, потенційних інвесторів, позичальників тощо. Для підприємства, як і для його партнерів, становить інтерес не лише фактичний стан справ, тобто те, що було, а й очікуваний фінансовий стан, який є основою розвитку підприємства.

Позитивним та таким, що підвищує конкурентоспроможність, можна вважати таке:

- за аналізований період майно підприємства збільшилось на 474,93 тис. грн. (17,22%), проте слід відмітити, що дане збільшення відбулося у 2018-2019 фінансовому році, а за період 2017-2018 рр. спостерігалось зменшення майна підприємства на 108,00 тис. грн., тобто на 3,92%;

- збільшення майна відбулося за рахунок збільшення необоротних активів на 93,10 тис. грн. або на 58,89%, оборотних активів на 381,84 тис. грн.. або на 14,69% та збільшення запасів на 627,21 тис. грн. або на 56,21%;

— збільшення запасів на 56,21% в даному випадку можна розглядати як позитивну тенденцію, так як водночас на 121,27% збільшилась виручка підприємства, що свідчить про значне збільшення реалізації продукції підприємства;

— за аналізований період відбулося збільшення власного капіталу підприємства на 33,76 тис. грн. або 17,46% та статутного капіталу на 32,49 тис. грн. або на 17,32%;

— на 189,94 тис. грн. (7,41%) зменшилась кредиторська заборгованість підприємства.

Коефіцієнт фінансової залежності зменшився в 2019 році (1,154) порівняно з 2018 роком (1,496), також зменшились коефіцієнти фінансування, забезпеченості власними оборотними засобами, маневреності власного капіталу, що однак не вплинуло на стабільність фінансово-економічного стану підприємства. Зменшився також коефіцієнт поточної заборгованості в 2018 році він становив – 0,332, а в 2019 – 0,134, що є позитивною зміною в економічному розвитку підприємства. Збільшились коефіцієнт залученого капіталу і коефіцієнт загального лівериджу.

Виконавши аналіз ділової активності підприємства і рентабельності СФГ «Дар» за 2018-2019 рр., можна зробити висновок про стабільний розвиток підприємства з перспективою покращення фінансово-економічного стану підприємства, що вказує на його високий конкурентний потенціал діяльності.

За підсумками проведених досліджень встановлено, що найбільш сильні конкурентні позиції і потенціал для просування продукції СФГ «Дар» виявився також ринок Молдови. Була досліджена процедура підготовки до укладання контракту СФГ «Дар» з контрагентом з Молдови.

Успіх менеджменту досліджуваного господарства залежить не лише від розглянутих вище чинників, але і від методів виходу на зовнішні ринки. При цьому можна виділити два потенційних варіанти:

1) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків (у великих системах - через управління зовнішньоекономічних зв'язків);

2) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників.

Обидвоє напрямків доцільні за умов формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства для досягнення цінових конкурентних переваг на нових ринках.

Рекомендуємо застосування методу «cash- flow» у економіко - статистичному аналізі ефективності використання основних засобів.

Економіко - статистичний аналіз економічної ефективності використання основних засобів і резерви її підвищення та визначення тенденції факторів, які впливають на фондовіддачу і їх рівня на перспективу допоможуть підприємству підвищити прибутковість.

Головним резервом потреби підприємства в основних виробничих засобів та зниження витрат на їх експлуатацію, а потому собівартість виробленої продукції, є раціональне їх використання. Використання кожного виду основних засобів характеризується конкретними показниками.

Для підвищення економічної ефективності використання основних фондів необхідно:

- реалізувати можливості виробництва експортної продукції, поліпшення її якості, збільшення конкурентоспроможності, забезпечити велику окупність засобів та капітальних вкладень;
- скоротити терміни будівництва та обсягу не завершеного будівництва;
- поліпшувати комплектування основних засобів, а головне направлення оптимізації відношення між окремими їх видами, групами, а також між трудовими ресурсами та зворотними засобами;
- забезпечити своєчасність оновлення основними засобами, що дає можливість збільшити їх експлуатаційні можливості;
- своєчасно вводити у експлуатацію нові споруди, будинки та інше;

- поліпшити використання основних засобів.

Для раціоналізації витрат необхідно провести заходи по поліпшенню використання основних виробничих фондів:

- поліпшити використання та підвищити продуктивність землі на основі хімізації, меліорації та захисту від шкідливих впливів;
- підвищити урожайність сільськогосподарських культур та продуктивність тварин на основі використання елітних сортів та порід;
- впровадження комплексної механізації та автоматизації виробництва;
- раціональне використання машинно-тракторного парку за рахунок підвищення якості робіт;
- добитися режиму економічного використання ресурсного потенціалу.

Основними шляхами ефективного використання основних виробничих фондів у експортному виробництві є удосконалення їх структури. З підвищенням питомої ваги машин, обладнання та транспортних засобів фондівіддача зростає. Необхідно знизити матеріаломісткість продукції, дотримуватися режиму економії та ощадливості.

Показник фондівіддачі тим більше, чим вища вартість валової продукції та нижче вартість основних засобів. Таким чином, можна сказати, що при незмінній вартості основних засобів, фондівіддача буде зростати прямо пропорційно зростанню вартості валової продукції. Тоді при зміні вартості валової продукції, фондівіддача буде знижатись в співвідношенні з зростанням вартості основних засобів.

Раціональна структура основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення сприяють підвищенню виробництва і якості сільськогосподарської продукції. Рівень забезпеченості підприємства основними засобами показує його потенційні можливості для виконання плану виробництва росту продуктивності праці, зниження трудомісткості

виробництва, в заплановані терміни виконання обсягу робіт, забезпечувати працюючих і членів їх сімей культурно – побутовими умовами життя.

Необхідно зазначити, що СФГ «Дар» знаходиться на стадії переоцінки існуючих можливостей. Потрібні зрушення для досягнення стадії підйому так, як і агропромисловий комплекс України в цілому.

За прогнозними показниками основні засоби протягом планового періоду збільшаться на 1090 тис.грн.(у першому умовному році вони складуть 17764 тис.грн., а у 2022 році – 18854 тис.грн..), тобто на 61%. В тому числі, основні фонди сільськогосподарського призначення за три роки збільшаться на 1456 тис.грн. або на 8,5%, а основні виробничі фонди несільськогосподарського призначення зменшаться на 366 тис.грн. або 51,5%. Таким чином, обґрунтовано, що реструктуризація складу основних фондів створить потенціал підвищення конкурентоспроможності господарства.

Для формування конкурентоспроможного потенціалу сільського (фермерського) господарства «Дар», слід розробити раціональну систему енергозабезпеченості та фондівіддачі для цього підприємства з огляду на те, що вже було обґрунтовано реструктуризації основних фондів на майбутнє. Спершу, за допомогою статистичного групування здійснимо аналіз конкурентного середовища СФГ «Дар».

У рекомендаційному розділі з використанням методу групування, зведено показники господарств районів (використовувались данні Михайлівського району, для здійснення повного аналізу та порівняти СФГ «Дар» з іншими господарствами) за рівнем енергозабезпеченості на 1 га посіву, утворюючи при цьому три групи з рівними інтервалами. Встановлено, що більшість господарств має рівень енергозабезпеченості від 2,27-2,81 на 1 га к.с. СФГ «Дар» за енергозабезпеченістю має нижчий показник. Ці данні свідчать про те, що СФГ «Дар» менше енергозабезпечене (2,146 на 1 га к.с.), ніж деякі інші господарства, які були використанні в порівнянні.

Зважаючи на те, що у залежності від того, наскільки забезпечені господарства енергією, залежить збільшиться чи зменшиться вартість валової

продукції і вартість основних засобів. На підставі економічних обґрунтувань встановлено, що СФГ «Дар» в порівнянні з іншими господарствами знаходиться досить прийнятному для розвитку та формування конкурентного потенціалу рівні та надалі господарство має потенціал для подальшого успішного розвитку.

Сформовано економіко - статистичну модель формування конкурентоспроможності СФГ «Дар» на підставі опрацювання кореляційного зв'язку рівня фондівддачі, енергозабезпеченості та фондозабезпеченості. Коефіцієнт кореляції показує, що між рівнем фондівддачі та енергозабезпеченістю господарств існує пряма залежність ($r > 0.3$). Коефіцієнт детермінації дорівнює 0,792. Таким чином, встановлено, що рівень фондівддачі в господарствах на 79,2% залежить від енергозабезпеченості.

Застосовано графічний метод для більшої точності результатів, отриманих при застосуванні кореляційного аналізу.

З розрахунків випливає, що це підприємство знаходиться у ризиковому стані щодо використання ресурсного потенціалу, що обґрунтовує запровадження заходів з підвищення рівня енергозабезпечення виробництва. Для закріплення в окресленій моделлю ситуації необхідно підтримувати фондоозброєність виробництва на належному рівні, що виведе господарство у число стало функціонуючих.

Також у розділі визначено резерви збільшення врожайності для СФГ «Дар» за умов підвищення рівня енергозабезпеченості.

Визначено резерви та можливості збільшення урожайності в СФГ «Дар», як фактору формування конкурентоспроможності підприємства та, водночас, її результуючого показника.

Підсумовуючи матеріали розділу, резюмуємо: для підвищення економічної ефективності діяльності та формування конкурентоспроможного потенціалу СФГ «Дар» необхідно:

- реалізувати усі можливості виробництва конкурентоспроможної продукції, поліпшення її якості, збільшення показників фондо- та енергозабезпечення прибуткових виробництв;
- поліпшувати комплектування основних засобів, а головне направлення оптимізації відношення між окремими їх видами, групами, а також між виробничими ресурсами та обіговими засобами;
- забезпечить своєчасність оновлення основних засобів, що дає можливість збільшити їх експлуатаційні можливості;
- своєчасно вводити у експлуатацію новітню техніку;
- поліпшити використання основних засобів, здійснити реструктуризацію основних засобів на користь тих, що забезпечують виробництво основних для господарства рослин.

Перспективним для подальшого дослідження є вдосконалення методики оцінки факторів та конкурентоспроможності підприємства в частині розширення їх змістовного елементного складу із врахуванням не лише виробничої, а й інших видів діяльності, з використанням, зокрема, прогнозних даних.

-

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Agriculture's key figures. The average size of French farms is 135 acres [Electronic source]. - http://www.momagri.org/UK/agriculture-s-key-figures/The-average-size-of-French-farms-is-135-acres_1070.html.
2. Detailed food and agricultural trade data [Electronic source]. - Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2013. - http://faostat3.fao.org/download/Q/*/E.
3. Latin America: The State of Smallholders in Agriculture [Electronic source] /Julio A. Berdegue and Ricardo Fuentealba/ IFAD Conference on New Directions for Smallholder Agriculture, Rome, Italy/. - <http://www.ifad.org/events/agriculture/doc/papers/berdegue.pdf>.
4. The Agricultural Production domain [Electronic source]. - Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2013. - http://faostat3.fao.org/download/Q/*/E.
5. Агропакети. URL : <https://kurkul.com/spetsproekty/941-bonus-do-vrojayu-finansovi-instrumenti-yak-dodatkovy-mojlivosti-dlya-agrariya>
6. Mikhaïlova L. I., Nekhay V. V. Application for consolidated marketing solve the problems product sales of agricultural engineering. *The scientific heritage*. Budapest. 2017. № 8 (8) P. 2, 21–31 (1,1 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано доцільність та особливості застосування консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту продукції підприємств*.
7. Амбросов В. Я., Маренич Т.Г. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань // Вісник ХНАУ : серія Економіка АПК і природокористування. 2020. № 10. С. 23-28.
8. Господарська діяльність селянського (фермерського) господарства. URL : <http://yurist-online.com/ukr/uslugi/yuristam/literatura/agrar-pravo/60.php>
9. Географічне положення та населення. URL : <https://www.zoda.gov.ua/article/57/geografichne-polozhennya-ta-naselennya.html>

10. Есполов А. Т. Вопросы теории и практики обеспечения конкурентоспособности объектов в аграрном секторе экономики // Известия Национальной академии наук Беларуси. Серия аграрных наук. 2004. № 1. С. 27-34.
11. Євчук Л. А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств: монографія. Миколаїв: Вид-ць Прокопчук Т. Ю., 2020. 340 с.
12. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках: Наукова доповідь / За ред. акад. УААН В. М. Трегобчука, чл.-кор. УААН Б. Й. Пасхавера. К. : Ін-т екон. та прогноз., 2007. 260 с.
13. Збарський В. К., Місевич М.А. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / за ред. професора В. К. Збарського. К. : ННЦ ІАЕ, 2009. 310 с.
14. Кваша С., Лука О. Конкурентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ // Економіка України. 2003. № 10. С. 79-86.
15. Коровніченко А.В. Формування конкурентоспроможного потенціалу сільськогосподарського підприємства. / Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ. Факультет економіки та бізнесу (09-18 листопада 2020 року: збірник тез доповідей. Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. С. 225-226.
16. Малік М. Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. К. : ННЦ ІАЕ, 2007. 270 с.
17. Мартинчик О.А. Теоретичні аспекти оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Ефективна економіка № 10, 2014. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3422>
18. Нехай В.В., Коровніченко А.В. Формування механізмів розвитку збуту підприємств / X Міжнародна науково-практична Інтернет – конференція «Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління (19 - 20 листопада

2020 року, м. Полтава). URL:
<http://www.economicstoday2020.ukrbbb.net/viewtopic.php?f=11&t=50>.

19. Нехай В.В. Синергія складових логістичної системи та маркетингу. Вісник СНАУ. Суми, 2018. №8(77). С. 51-55 (Index Copernicus).

20. Нехай В.В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: Дис док. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с.

21. Нехай В. В. Инновации создания маркетинговых организаций. Theory and practice: problems and prospects book of abstracts 21st–22nd of May, 2020. Marijampole and Kaunas, Lithuania, С. 64-65.

22.Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Index Copernicus та ін.). 2018. № 2 (37). С. 122–128.

23. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68 – 71.

24.Нехай В.В. Чинники розвитку збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький, 2018. №4(260). С. 265 – 265.

25.Ожерельева М. В. Конкурентоспособность региональных АПК: теория и практика выбора специализации. М. : Колос, 2007. 104 с.

26. Нехай В.В. Застосування методології консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь, 2018. №1 (36). С. 60 – 66 (Index Copernicus);

27.Нехай В.В. Маркетингове планування діяльності підприємств та логістики

на ринку товарів виробничого призначення. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 2 (98). С. 51-63

28. Нехай В. В. Инновации создания маркетинговых организаций. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts* 21st–22nd of May, 2020. Marijampole and Kaunas, Lithuania, С. 64-65.

29.Пасічник С.В., Цихановська В.М. Інноваційна політика підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58400.doc.htm.

30.Перебийніс В.І. Стратегічні напрями удосконалення логістики і маркетингу насіння соняшнику. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Сер.: Економічні науки. 2014. №5. С. 48-54.

31.Перебийніс В.І., Рогоза М.С., Косарева Т.В., Перебийніс Ю.В. Матеріально-технічне забезпечення агропродовольчого комплексу в контексті модернізації промисловості. Вестник экономической науки Украины, 2019. №1 (36). С. 92 – 100.

32.Перспектива сільськогосподарського машинобудування України. Пропозиція: головна платформа для агробізнесу. URL: <http://www.propozitsiya.com/?page=149&itemid=1418&number=44>.

33.Петров В.М. Моніторинг технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва у пореформений період. *Економіка АПК*. 2003. № 3. С.40 – 45.

34.Петров В.М. Розвиток агротехнологій і технічної політики у сільському господарстві. *Економіка АПК*. 2006. №8, С. 36 – 40.

35.ПЕРЕРВА П.Г. САМОМАРКЕТИНГ МЕНЕДЖЕРА И БИЗНЕСМЕНА. РОСТОВ НА ДОНУ : ФЕНИКС, 2003. 592 С.

36.Підлісецький, Г. М., Денисенко А.М. Фінансовий лізинг як механізм державної підтримки техніко-технологічного забезпечення сільського господарства. *Економіка АПК*. 2011. N 4. С. 75 – 79.

37.Пінчук Н.С., Галузинський Г.П., Орленко Н.С. та ін. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч. посіб. К. : КНЕУ, 1999. 328 с.

38.Пилипенко А. А., Ярошенко І. В. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників:

монографія. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. 152 с.

39.Пилипенко А. А. Конкурентна стратегія й формування системи стратегічного управління розвитком інтегрованої структури бізнесу. *Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник*. 2008. № 82. С. 84 – 91.

40.Податковий Кодекс України. Стаття 139. URL: <http://pravo-ukraine.org.ua/resyrsi/kz/nalogovyj-kodeks/3863-stattya-139-vitrati-shho-ne-vrahovuyutsya-pri-viznachenni-opodatkovuvanogo-pributku>.

41.Подсолонко Е.А. Подсолонко В.А., Башта А.И. Менеджмент: теория и практика. / ред. В.А. Подсолонко. К. : Вища школа, 2000. 263 с.

42.Полінкевич О. М. Кластерна модель активізації інноваційної діяльності промислових підприємств. *Nauka i innowacja – 2010. Materiały VII Międzynar. nauk.-prakt. konf. (Przemysł, 7–15 października 2010 r.)*. Przemysł : Nauka i studia, 2010. Р. 36 – 38.

43.Полінкевич О. М. Обґрунтування аутсорсингу допоміжних бізнес-процесів машинобудівних підприємств Волинської області. *Економічний форум (Ulrich's Periodicals Directory)*. 2014. № 2. С. 144 – 147.

44.Пономарьова Ю.В. Логістика. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 192 с.

45.Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

46.Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Тернопіль : Економічна думка, 2001. 454 с.

47.Порядок визначення ступеня локалізації виробництва підприємствами вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу вітчизняної техніки і обладнання для агропромислового комплексу / URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/369-2013-%D0%BF>.

48.Потреба в основних засобах на виробництво аграрної продукції.

URL: <http://agroprod.biz/2017/05/24/potreba-v-osnovnyh-zasobah-na-vyrobnystvo-ahhrarnoji-produktsiji-na-period-do-2025-roku-stanovyt-15327-mlrd-hrn-dumka-ekspertiv/>.

- 49.Пресс-служба Мінагрополітики. Мінагрополітики планує залучити інвестиції у сільгоспмашинобудування. URL: <http://minagro.gov.ua/node/20085>.
- 50.Пригара О. Інноваційна політика підприємства: сучасні виклики та перспективи. *Маркетинг в Україні*. 2012. №6. С. 21 – 45.
- 51.Про державно-приватне партнерство: Закон України № 2404-VI від 1.07.2010 р. URL: [http:// rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
- 52.Проблеми та тенденції формування соціально-інноваційної політики сталого розвитку держави, регіонів, підприємств: колективна монографія. / за ред. К.Ф. Ковальчука. Павлоград : АРТ СИНТЕЗ-Т, 2014. 352 с.
- 53.Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Т. Г. Морозова, А. В. Пикулькин, В. Ф. Тихонов та ін. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 318 с.
- 54.Пушкарь А.И., Жуков Ю.Е., Пилипенко А.А. Стратегические группы предприятий: концепция, методология, управление: научное издание. Харьков : Кроссроуд, 2006. 440 с.
- 55.Радіонова Н. Застосування процесно- орієнтованого підходу для підвищення ефективності діяльності підприємства. *Маркетинг в Україні*. 2011. №3. С. 22 – 28.
- 56.Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання: Кол. монографія у двох томах. Т.1 / За ред. П. Т. Саблука, В. Я. Амбросова, Г. Є. Мазнева. К.: ІАЕ, 2001. 831 с.
- 57.Райзберг Б. Современный экономический словарь. М. : ИНФРА-М, 1999. 890 с.
- 58.Сафоненко А. Сервісне обслуговування у системі формування лояльності споживача. *Маркетинг в Україні*. 2009. №1(53). С. 15 – 18.
- 59.Сергеева, С.Е. Эффективный маркетинг — ключ к успеху компании. *Маркетинг в России и за рубежом*, 2011. № 2. С.114 – 120.
- 34.Сердюк О.Д. Теорія та практика менеджменту. К. : Професіонал, 2004. 432 с.
- 60.Серединська І. Машинобудівна галузь України та стан управління її підприємствами. *Галицький економічний вісник*. 2011. №4(33). с. 74 – 81

- 61..Сипун Н.С. Методы стимулирования сбыта. *Менеджмент в России и за рубежом*, 2012. №3. С.15 – 22.
- 62.Система матеріально-технічного забезпечення в Україні та формування ринку засобів виробництва. URL: <http://agroua.net/economics/documents/category-121/doc-155/>.
- 63.Ситніченко В. Стратегія розвитку машинобудування на основі системи збалансованих показників. URL: <http://www.ukrtest.com/raznoe/publikacii/11.pdf>.
- 64.Скотт А., Мерфи Ф. Разработка планов экономического развития на местном уровне на Балканах: достижение Программы «DELTA Государственное управление в переходных экономиках. 2009. № 2. С. 43 – 44.
- 65.Скоцик В.Є. Організаційно-економічні засади технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств України. URL: file:///C:/Users/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F/Downloads/sre_2013_4_49.pdf.
- 66.Словник-довідник правових, політологічних, соціологічних та економічних термінів: навчальний посібник / укладачі І.П. Байрак, В.К. Збарський, О.В. Грабовський, В.І. Курило, Л.І. Курило. К. : Міленіум, 2008. 296 с.
- 67.Современное состояние, тенденции и перспективы развития стран СНГ: экономический, социальный и экологический аспекты: колективна монографія (серия: Экономическое славяноведение в 2-х ч.) / под. ред. К.В. Павлова, И.З. Юсупова. Ижевск: изд-во Института компьютерных исследований, 2014. ч.2. 900 с.
- 68.Сокотун Г.О. Конкурентоспроможність машинобудівних підприємств України у порівнянні з іноземними. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2404>.
- 69.Смірнов Ю. О. Формування механізму управління фінансовою конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Ю. О. Смірнов ; Київський нац. екон. ун-т. – Маріуполь : Приазовський держ. техн. ун-т Мін. освіти і науки України, 2007. 18 с.

70. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. К. : ННЦ «ІАЕ», 2012. 182 с.
71. Статистичний щорічник України за 2019 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf.
72. Хринюк О.С., Ткач О. Сучасні проблеми економіки і підприємництво. Випуск 19. 2017. С. 242-249.
73. Шепіцен А. О. Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства / А. О. Шепіцен // Фінанси України. 2003. № 8. С. 66-73.
74. Школьний О. О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств: монографія / О. О. Школьний. – Умань: Видавництво Уманського державного аграрного університету, 2007. 308 с.
75. Ткачук Г.Ю. Т48 Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2012. 200 с.
76. Уткин, Э.А. Маркетинг: ученик. М. : ЭКМОС, 2010. 320 с.
77. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга. М. : Издательский Дом Гребенникова, 2005. 416 с.
78. Урядовий портал. Щодо Програми стимулювання сільськогосподарського машинобудування. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=249789549&cat_id=244276429.
79. Федорченко А. Маркетингові дослідження та прийняття управлінських рішень у складній економічній ситуації. *Маркетинг в Україні*. 2009. №3(55). С. 24 – 29.
80. Федулова Л.І. Інноваційна економіка. К. : Либідь, 2006. 480 с.
81. Чаркуша Н. М. Сутність ділової активності підприємства за ринкових умов та її види // Кримський економічний вісник. 2012. – №1 (01) грудень. Ч. II. С. 145-149.

