

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ФІНАНСОВОЇ
СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЇХ ОСОБЛИВОСТІ З УРАХУВАННЯМ РЕГІОНАЛЬНИХ ЧИННИКІВ.....	5
2. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	13
3. УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	20
ВИСНОВКИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31

ВСТУП

Актуальність теми. Управління формуванням та підвищенням конкурентоспроможності аграрного виробництва в Україні належать до пріоритетних завдань економічного розвитку національної економіки. Це залежить від особливої важливості сільськогосподарського підприємництва у забезпеченні збереження та відтворення довкілля, аграрного ринку, здійснення зовнішньоекономічних зв'язків та встановлення національної продовольчої безпеки.

Актуальність вирішення проблеми конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств посилюється фактором членства країни у Світовій організації торгівлі (СОТ). Тільки конкурентоспроможні підприємства можуть виробляти продукти харчування відповідно до вимог міжнародних стандартів та використовувати переваги міжнародного співробітництва для інвестування у сільськогосподарське виробництво та продаж продуктів харчування, позики, сертифікацію, страхування, науково-технічну підтримку.

При цьому важливо враховувати регіональні особливості функціонування сільськогосподарських підприємств та формування ринку зерна. Конкурентоспроможність визначає статус та роль сільськогосподарських підприємств у регіоні, а також у країні та за кордоном. З іншої сторони, її основоположними чинниками виступають фінансово-економічна стійкість та безпека суб'єктів господарювання. Адже у випадку проблем з названими аспектами функціонування мова може йти тільки про виживання агробізнесу.

Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад та практичних напрямів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на засадах їх фінансової стійкості та безпеки.

Об'єктом дослідження є процеси формування та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти формування й забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств з урахуванням рівнів, динаміки та інших особливостей їх фінансової стійкості та економічної безпеки.

У науковій роботі поставлено і вирішено такі **завдання**:

- узагальнити теоретичні положення щодо ідентифікації й особливостей конкурентних переваг та конкурентоспроможності аграрних підприємств з урахуванням регіональних чинників;

- визначити фактори, принципи та складові формування конкурентоспроможності аграрних підприємств шляхом підвищення їх фінансової стійкості та економічної безпеки;

- обґрунтувати напрями управління підвищенням конкурентоспроможності аграрних підприємств.

У роботі використані законодавчі й нормативно-правові акти з питань розвитку та формування конкурентоспроможності аграрних підприємств, їх фінансово-економічної стійкості та безпеки; наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з питань теорії й практики забезпечення конкурентоспроможності як однієї з основних категорій ринкового механізму та управління в сільському господарстві; аналітичні й статистичні матеріали Державної служби статистики.

У процесі роботи використані **методи** економічних досліджень: абстрактно-логічний – для обґрунтування теоретико-методичних засад формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в умовах їх фінансово-економічної стійкості і безпеки; при формуванні теоретичних узагальнень, факторів та принципів управління конкурентоспроможністю, критичному аналізі досліджень інших авторів; статистико-економічні – при визначенні конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств; маркетингові – при дослідженні ринку продовольства та оцінці його кон'юнктури на перспективу; порівняльний – при порівнянні показників конкурентоспроможності підприємств даного й інших регіонів та галузей агросфери; графічний – для визначення структурних

змін на продовольчому ринку; системно-структурний – для аналізу ресурсного потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств; прогнозування – для визначення системи заходів організаційно-економічного механізму її забезпечення; моделювання – для обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств з урахуванням рівнів їх фінансової стійкості та безпеки.

1. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ Й ОСОБЛИВОСТІ З УРАХУВАННЯМ РЕГІОНАЛЬНИХ ЧИННИКІВ

Сучасна аграрна економіка – це високоорганізована система, що складається з великої кількості різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють у складних агробізнес-організаціях та правових нормах та поєднуються через єдину концепцію (аграрний ринок). Конкурентне середовище здійснює перманентний вплив на поведінку суб'єктів аграрного ринку, що, в свою чергу, викликає різновекторну реакцію конкурентного середовища на зміни ринкової ситуації: види, прийоми, методи конкурентної боротьби, ступінь адаптивності підприємницької діяльності, формування попиту та пропозиції, їх динаміку та еластичність. В сучасних умовах, коли це відбувається дуже швидкими темпами, доцільно визначити та здійснити оцінку конкурентоспроможності регіону, як середовища функціонування аграрних підприємств.

Існує багато проблем, що стримують їх діяльність і збільшують диференціацію за соціально-економічним розвитком. Тому дослідженню цих питань присвятили свої роботи провідні вітчизняні та зарубіжні науковці: М. Портер, В. Аранчій, Б. Данилишин, В. Бойко, О. Красноручський, М. Малік, М. Макаренко, І. Маркіна, Л. Мармуль, Р. Фатхутдінов та інші науковці. В цьому контексті перед нами постає завдання дослідження конкурентного

середовища аграрних регіонів України, його впливу на ефективність економіки аграрних підприємств.

Тому доцільно проаналізувати фактори, що впливають на формування ринкового середовища, визначити проблеми в даній сфері та можливі шляхи їх вирішення. Розвинуте конкурентне середовище стимулює зниження витрат для виробників, більш низькі ціни для споживачів, розширення асортименту товарів і послуг. В остаточному підсумку, від того, наскільки розвинуте саме конкурентне середовище в регіоні, залежить конкурентоспроможність аграрних підприємств і регіону в цілому.

У цьому відношенні поняття конкуренції тісно пов'язане з поняттям конкурентоспроможності, адже конкурентоспроможність є не що інше, як здатність конкурувати. Питання конкурентоспроможності вирішально впливає на світовий промисловий та сільськогосподарський розвиток. Він має глобальний характер, оскільки, з одного боку, визначає багато аспектів економічної та соціальної політики країни, а з іншої – торкається інтересів всіх їхніх громадян, що виступають у ролі споживачів [1].

Конкурентоспроможність – це концентрований вираз всієї сукупності можливостей країни, регіону, галузі, будь-якого виробника створювати, виробляти і реалізовувати товари та послуги. Як правило, поняття конкурентоспроможності пов'язують з товаром. Оскільки за кожним товаром стоять відповідні виробники, то можна говорити про конкурентоспроможність фірм, підприємств, а також країн, де вони розташовані [2, с. 82].

Під конкурентоспроможністю продукції (товару) розуміється комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик визначальний успіх на ринку, тобто переваги товару над іншими товарами багатьох конкуруючих товарів. Виділимо ще ряд моментів, необхідних для пояснення поняття конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність продукції – це ступінь її привабливості для споживача.

Привабливість товару залежить від задоволення набору різних, а часом і суперечливих вимог. Склад пропонованих вимог, пріоритет яких залежить від виду товару та типу його споживачів. Конкуренція є динамічною, тобто слід

враховувати зміни в умовах ринку, і конкуренція повинна розглядатися лише в певний момент часу.

Проблема конкурентоспроможності відноситься лише до нестационарного бездефіцитного ринку, що знаходиться не в рівноважному стані. Конкурентоспроможність залежить від стадії життєвого циклу товару. Можна говорити лише про конкурентоспроможність тих товарів, які вже мають певну частку ринку, а конкурентоспроможність значною мірою залежить від частки ринку попереднього періоду [3, с. 5].

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств набагато складніше і трактується досить неоднозначно. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств можна визначити як їх порівняльні переваги порівняно з іншими підприємствами тієї ж галузі в країні та за кордоном. Що стосується продукції, то конкурентоспроможність - це розвиток категорій якості. Для активних економічних об'єктів – компанії та організації, представлені на ринку, конкурентоспроможність являє собою категорію ефективності, але на більш високому рівні.

Конкурентоспроможність не є іманентною якістю аграрних підприємств. Це означає, що на рівні окремого аграрного підприємства вона може бути виявлена тільки в межах сукупності підприємств, що відносяться до однієї галузі, або підприємств, що випускають товари-субституції. Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою цих підприємств як у масштабі країни, так і в масштабі світового ринку.

Таким чином, конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства розуміється як поняття відносне: саме підприємство в межах, наприклад, регіональної або галузевої групи може бути визнане конкурентоспроможним, а в рамках світового ринку або його сегменту, може володіти певними конкурентними перевагами або бути взагалі неконкурентоспроможним порівняно з іншими об'єктами. За М. Портером, конкурентна перевага може досягатися або за рахунок більш низьких витрат (стратегія домінування), або за рахунок особливостей, неповторності, унікальності товару (стратегії диференціації) [4, с. 13].

За економічним змістом до конкурентної переваги близьке поняття конкурентний статус, що є своєрідним вимірником становища сільськогосподарського підприємства на ринку, його позиції в конкуренції. Виходячи із трактування І. Ансоффа, необхідно відзначити співвідношення фактичної і базової продуктивності: використання ресурсів фірми. Даний підхід співставний з позицією М. Портера, однак останній не враховує показника продуктивності. На відміну від М. Портера, І. Ансофф визначає цей показник як рентабельність стратегічних капітальних вкладень [5, с. 117-124]. Конкурентний статус повинен характеризувати передумови досягнення аграрним підприємством того чи іншого рівня конкурентної переваги. Інакше кажучи, конкурентний статус повинен відповідати на питання:

- чи досить розвинуті елементи стратегічного потенціалу, тобто чи забезпечені ресурсами усіх видів підприємства для захоплення лідируючих позицій у галузі (на світовому ринку);

- чи досить сприятливі і якою мірою використовуються аграрним підприємством умови зовнішнього середовища для створення і підтримки вищого рівня конкурентної переваги [1, с.14-19].

Таким чином, конкурентний статус ринку, підприємства визначає рівень його конкурентної готовності. Коли говорять, що аграрна економіка країни чи регіону конкурентоспроможна, мають на увазі, що вона складається з конкурентоспроможних підприємств. Можна однозначно стверджувати, що аграрний сектор регіону буде конкурентоспроможним, якщо на регіональному рівні буде діяти безліч конкурентоспроможних підприємств.

Всесвітній банк реконструкції та розвитку оцінює конкурентоспроможність економіки країни за 330 показниками, об'єднуючи їх у групи: сукупний розвиток країни (економічний потенціал); інтернаціоналізація (ступінь участі в міжнародній торгівлі); уряд (стимулююча роль держави); фінанси (функціонування ринку капіталів і ринку фінансових послуг); інфраструктура (відповідність ресурсів новим потребам бізнесу); наука і технологія (потенціал і результативність науково-дослідних робіт); люди (кількість і якість трудових курсів) [6, С. 105-108].

Як ми відзначали, розвинуте конкурентне середовище аграрного сектору характеризується розвинутою інституціональною структурою, присутністю в регіоні великої кількості господарюючих суб'єктів різних організаційно-правових форм, рівнем конкуренції між ними, наявністю безлічі міжрегіональних і міжнародних зв'язків, відсутністю бар'єрів (адміністративних, економічних і т.д.), доцільним державним регулюванням. Розвинуте конкурентне середовище – це обов'язково наявність усієї необхідної для ефективного ведення агробізнесу інфраструктури: кредитних установ, страхових компаній, фондів і товарних бірж, складських комплексів, інформаційних систем, транспортних систем і т.д.

Існуюча конкурентна боротьба між господарюючими суб'єктами регіонального аграрного сектору змушує їх ефективно використовувати наявні ресурси, підвищувати якість товарів і послуг, постійно диференціювати виробництво та продукцію. Наявність міжрегіональних і міжнародних зв'язків сільськогосподарських підприємств регіону свідчить про те, що вони активно беруть участь у експортно-імпортних операціях, а також про те, що в конкурентній боротьбі в межах регіону беруть участь підприємства з інших регіонів, з інших країн. Це значно загострює характер конкуренції, але в той же час підвищує ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств на регіональному продовольчому ринку.

Сьогодні, коли на аграрному ринку діє безліч господарюючих суб'єктів, цінова конкуренція, як правило, дуже складна або навіть неможлива. Для успіху в такій боротьбі особливого значення набувають інші фактори, зокрема трудові ресурси: високоосвічені, що володіють усіма необхідними навичками й уміннями. Тому наявність у тому або іншому регіоні розвинутої системи аграрної освіти, центрів підготовки і перепідготовки кадрів сприяє розвитку агробізнесу, допомагає домогтися успіху в конкурентній боротьбі [7, с. 46-47].

Оскільки при неціновій конкуренції головну роль здобувають інновації й інші зміни, то велике значення мають наукові розробки, дослідження. Це стимулює до відновлення матеріально-технічної бази виробництва, безперервного розширення номенклатури сільськогосподарської та

продовольчої продукції, що виробляється. Науково-технічний прогрес в умовах конкуренції диктує усе коротші терміни створення нових товарів і послуг, а, отже, необхідно витратити на наукові дослідження усе більші грошові кошти.

Таким чином, розвинуте конкурентне середовище в регіоні прямо впливає на конкурентоспроможність аграрних підприємств як на національному, так і на світовому рівні. Нерозвинене, неефективне конкурентне середовище, слабка конкуренція між господарюючими суб'єктами означає низьку конкурентоспроможність регіону і його економіки, що, відповідно, позначається на рівні життя населення даного регіону.

Безліч факторів здійснюють свій вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств, але ступінь розвитку конкурентного середовища, безсумнівно, є доміантним. Конкурентоспроможність визначається також здатність встояти у конкурентній боротьбі [8, с. 40]. В українській економічній літературі зустрічаються два терміни цього поняття: "конкурентоспроможність" і "конкурентоздатність". У російськомовних джерелах використовується тільки один термін "конкурентоспособность". Російсько-український словник надає такі варіанти перекладу на українську мову слова "способность" – здібність, здатність, спроможність. Великий український тлумачний словник трактує „конкурентоспроможність” як здатність кокурувати.

Загалом, все це дає нам підстави стверджувати, що українські терміни "конкурентоспроможність" і "конкурентоздатність" є словами-синонімами, хоча частіше всього використовується поняття "конкурентоспроможність". Об'єктами дослідження конкурентного простору та конкурентоспроможності є продукція, підприємство, галузь, регіон, країна. Фундаментальними, ключовими з них, такими, що формують становище всіх об'єктів, є продукція та підприємство (рис. 1).

Економічний словник визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність суб'єкта господарювання на основі існуючих технологій, персоналу, виробничих та управлінських організацій забезпечувати високу

ділову активність та досягти більш сприятливих умов виробництва та збуту для створення конкурентоспроможної продукції. заробляти гроші [9, с. 4].

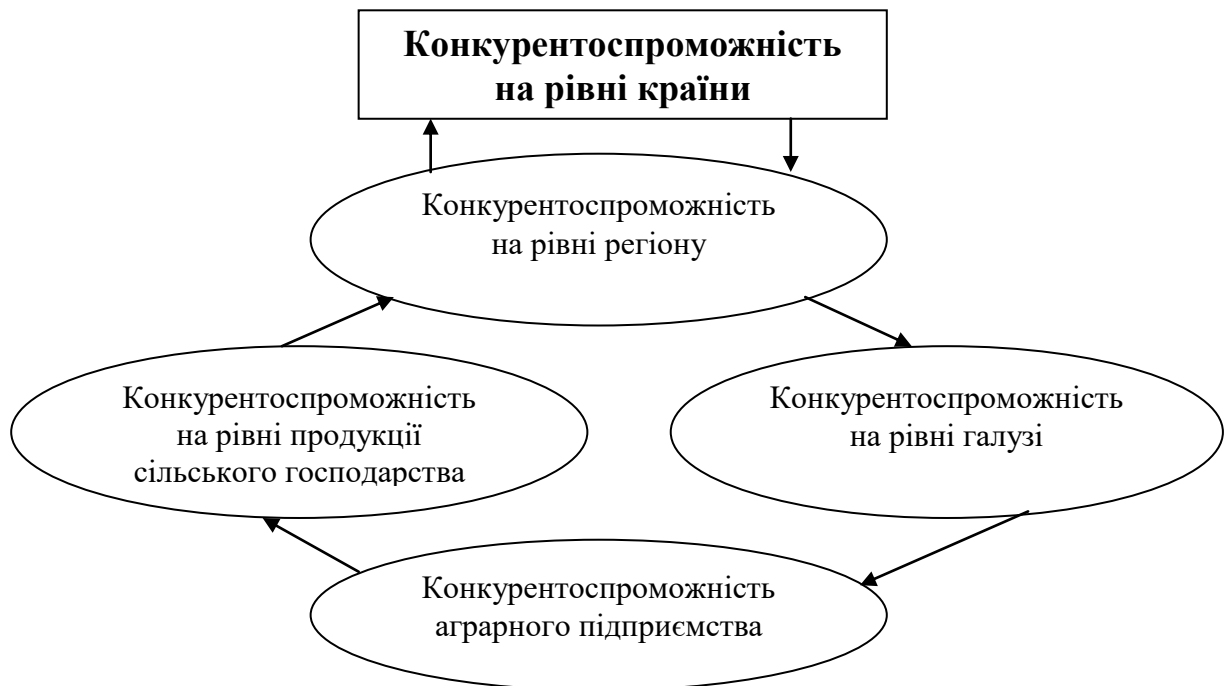


Рис. 1. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та рівні її забезпечення

На наш погляд, найбільш точно це поняття охарактеризовано Зав'яловим П. С. За його словами, «конкурентоспроможність підприємства являє собою можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку» [10, с. 213]. Реалізація забезпечується всім комплексом наявних у сільськогосподарських підприємства засобів. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних продукції і послуг – узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати фінансовий, природоресурсний виробничий і трудовий потенціал.

Конкурентоспроможність продуктів харчування (товарів, послуг) - це ступінь його переваги порівняно з іншими товарами в очах споживачів, які купують та споживають; характеристики товару відображають різницю між ним та продуктами конкурентів, незалежно від конкретні соціальні потреби все ще стосуються вартості їх задоволення [11, с. 5]. У всі часи основним матеріальним носієм конкурентних якостей підприємства залишається

продукція, яку воно виробляє. Комерційні характеристики товарів та їх ступінь переваги над подібними характеристиками продукції конкурентів мають вирішальне значення для визначення здатності компанії успішно конкурувати.

Конкурентна перевага – суб'єкт господарювання отримує перевагу над своїми конкурентами, надаючи споживачам більшу цінність або пропонуючи товари чи послуги за нижчими цінами, ніж конкуренти, або надаючи споживачам більші переваги, достатні для компенсації більш високих цін [12, с. 41]. За словами Резнікової Н. В., Рубцовой М. Ю, відмінна або конкурентна перевага є необхідною за двома причинами. Перша – маркетингова. Конкурентна перевага дозволяє підтримувати споживчі переваги. Виробники, що мають лише переваги, мають лише кілька відмінностей для залучення нових споживачів та утримання попередніх споживачів. Другий - це фінанси. Для отримання доходу, який перевищує вартість капіталу, надзвичайно важлива конкурентна перевага. За відсутності перешкод, таких як конкурентні переваги, конкуренти можуть легко вийти на ринок, скопіювати пропозицію компанії та зменшити цінову премію, що приносить прибуток до нуля [13].

Конкурентна перевага будь-якого аграрного підприємства впливає з усієї системи видів діяльності, а не завдяки специфічним індивідуальним силам, основним навичкам, вмінню та ресурсам. Тобто, конкурентної переваги сільськогосподарські підприємства досягають завдяки операційній ефективності – кращому виконанню подібних видів діяльності порівняно з конкурентами. Конкурентна перевага - це не потенціал об'єкта чи організації, а дані, активовані та записані внаслідок фактичного споживчого попиту. Конкурентні переваги економічних об'єктів та суб'єктів виявляються в таких економічних показниках, як прибуток, прибутковість, частка ринку, обсяг продажів тощо [14].

Конкурентна перевага сприяє формуванню конкурентоспроможності суб'єктів діяльності аграрного ринку і в результаті, - національної аграрної економіки. Дедалі більшого значення на сучасному етапі фахівці надають таким конкурентним перевагам, як масштаб підприємства та ступінь

вертикальної інтеграції, накопичений досвід та наявні знання щодо певного напрямку діяльності, наявність зв'язків між напрямками та видами діяльності, здатність використовувати досвід чи знання в інших бізнес-одиницях, чинники морального зносу напрямів діяльності, інвестиційні рішення у часовому розрізі, регулюючі закони та норми та ін.

Як переконливо показує світовий і вітчизняний досвід, найбільш значимі і довговічні конкурентні переваги виникають не від технічних нововведень. Будь-які технічні рішення і інноваційні стратегії можуть бути швидко скопійовані конкурентами. Найбільш стійку перевагу дає освоєння більш досконалих організаційних технологій. Велика увага приділяється якості інноваційних систем, ефективності використання людського капіталу, інституційному середовищу тощо.

2. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Конкурентні переваги суб'єктів господарювання не завжди є очевидними. Дж. О'Шонессі виділив чотири основні напрями, де на практиці формуються конкурентні переваги. Перший напрям – зосередження уваги на те, що «інтровертоване», і рідко звертати увагу на поведінку конкурентів та переконання споживачів. Другий напрям – орієнтація на конкурентів – заснований на порівнянні сільськогосподарських підприємств з їхніми найближчими конкурентами. У цьому випадку ринкове середовище характеризується жорсткою конкуренцією. Третій напрям – зосередження уваги на споживачах та задоволення їх потреб. У цьому випадку дослідники та практики в основному покладаються на споживчу оцінку конкурентів виробників. Четвертий напрям – орієнтація на ринкову перспективу. При цьому звертайте увагу на споживачів та конкуренцію.

Досліджуючи виробників та переробників сільськогосподарської продукції можна зазначити, що аграрні підприємства працюють за першим напрямом формування конкурентних переваг. Об'єктивність його зумовлена тим, що, по-перше, сільськогосподарська продукція є результатом продукування живих біологічних організмів і як би споживачам не хотілося, але корови газовану воду давати не будуть, а яблуні кавуни не родитимуть. По-друге, слабка підтримка державою та недостатнє державне регулювання аграрного ринку сформулювало чи не найважливішу мету діяльності сільськогосподарських підприємств на сьогодні - вижити. Рівень прибутковості цікавить господарників, менше ніж хвилює проблема окупності витрат. Особливо гостро вона постала у тваринницьких галузях, які є збитковими у більшості підприємств та регіонів.

Переробні підприємства формують конкурентні переваги за другим та четвертим напрямками. Ринок продуктів харчування належить до ринку монополістичної конкуренції. Виробники намагаються знайти і зайняти вакантну нішу на ринку. Прагнуть знизити ціни при виробництві стандартної продукції та використовувати різні методи зменшення виробничих витрат (ефект масштабу, малі виробництва, дешевша сировина, тінізація бізнесу тощо). Надається пріоритет тій діяльності, яка має перспективи розвитку ринку та забезпечує достатній прибуток.

Зазвичай лише орієнтація на задоволення потреб споживачів, як напрямок формування конкурентних переваг, як правило, не дуже типова для українського агробізнесу, основною (майже єдиною) метою якої є отримання максимального прибутку. Перший напрям формування конкурентних переваг є характерним для переробних підприємств.

Як показує досвід функціонування підприємницьких структур в усіх галузях аграрного сектору, отримання конкурентної переваги ще не може забезпечити конкурентоспроможність юридичних осіб. Насамперед, її потрібно утримати. Також важливо пам'ятати, що будь-яка перевага над конкурентами досягається за рахунок інновацій. Відзначимо, що для

забезпечення конкурентних переваг сучасних аграрних підприємств лідерів можна сформулювати чотири правила їх формування:

1. Сільськогосподарське підприємство повинне виробити кращу на ринку пропозицію, засновану на її перевазі у певних елементах цінності. Різні споживачі потребують різних цінностей. Жодне з підприємств не може бути кращим за всіма складовими цінності продовольчої продукції, тому воно повинне вибрати цільових споживачів і сконцентруватися на пропозиції їм найбільшої цінності за одним з напрямів. Покупці усвідомлять, що повинні робити вибір, і розуміють, що, якщо вони купують товар у постачальника із "самими низьким цінами", не варто розраховувати на індивідуальне обслуговування.

2. Підтримувати порогові стандарти за іншими складовими цінності. Споживачі не очікують якихось видатних досягнень за іншими компонентами цінності, проте вони розраховують на дотримання постачальником прийнятних на ринку стандартів. Сільськогосподарська сировина за найменшою на ринку ціною навряд чи знайде свого покупця, якщо її якості і витрати на перероблення або доробку не будуть прийнятними.

3. Домінувати на ринку, постійно підвищуючи цінність. Конкуренція сприяє неухильному зростанню очікувань споживачів. Те, що сьогодні є конкурентною перевагою, завтра перестане нею бути. Сільськогосподарські підприємства повинні безперервно розвиватися, зростати швидше за конкурентів.

4. Побудувати високоорганізовану операційну модель, що забезпечить надання найвищої цінності продукції, яка виробляється та реалізується на аграрному ринку.

Вихід на ринок із найкращою пропозицією передбачає, що підприємство організувало свою діяльність так, щоб сприяти максимізації цільової складової цінності. Якщо підприємство концентрується на інноваціях і лідерстві за продукцією, його операційна модель буде відрізнятися від тієї, що забезпечує цінове лідерство.

Також до важливих аспектів оцінки та забезпечення конкурентоспроможності підприємства відносять ідентифікацію його фінансового становища та економічної безпеки. Наразі не було досягнуто консенсусу щодо терміну «економічної безпеки підприємств» (ЕБП). Різні тлумачення цих понять включають наступне. «Економічна безпека підприємства – це становище найбільш ефективного використання ресурсів для передбачення загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в майбутньому» [15]. Ковальов Т. і Сухорукова Т. пропонують таке визначення: «економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього оточення, а також здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не відбиваються негативно на його діяльності» [16, с. 56]. Раздіна Є. розуміє це поняття так: «економічна безпека підприємства – комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості господарчих суб'єктів за умов ринкової економіки, які захищають їх комерційні інтереси від впливу негативних ринкових процесів» [17]. Капустін Н. визначає «економічну безпеку підприємства як сукупність чинників, які забезпечують незалежність, стійкість, здатність к прогресу в умовах дестабілізуючих факторів» [18]. Бендіков М. тлумачить «економічну безпеку підприємства (господарчого суб'єкта), як захищеність його науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз» [19, С. 7-11].

Отже, економічна безпека сільськогосподарських підприємств передбачає стійкий розвиток (тобто збалансований і постійний), який досягається за рахунок використання різних видів ресурсів та підприємницьких можливостей, з тим щоб забезпечити їх найбільш ефективне використання для стабільної діяльності та динаміка. Наука та технології. За допомогою соціального розвитку запобігайте внутрішньому та зовнішньому негативному впливу (загрозам). Економічна безпека підприємства має ряд якісних та кількісних показників, найважливішим з яких є рівень економічної безпеки.

Рівень економічної безпеки підприємства – це оцінка стану використання сукупних ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки підприємства. Для досягнення найвищого рівня підприємство має прагнути забезпечити максимальну безпеку основних функціональних частин роботи [20]. Для своєї економічної безпеки аграрне підприємство використовує сукупність власних корпоративних ресурсів. Корпоративні ресурси це фактори агробізнесу, що використовуються власниками і менеджерами для виконання цілей бізнесу. Серед них доцільно виділити ряд ресурсів:

1. Ресурс капіталу. Акціонерний капітал підприємства плюс позикові фінансові ресурси є важливою системою для підприємства і дозволяє купувати та підтримувати інші ресурси підприємства, які спочатку не існували у засновників даного підприємства.

2. Ресурс персоналу. Управлінський персонал підприємства, експертні працівники, виробничі працівники та працівники, що володіють знаннями, досвідом та навичками, є головними лідерами та ланками, що об'єднують усі фактори підприємства, забезпечуючи тим самим реалізацію корпоративної ідеології та реалізацію корпоративних цілей. Взагалі кажучи, реформа управління є одним із ключових елементів реформи підприємств. Промисловий менеджмент - це освічена, заповзятлива група, яка може координувати роботу та управління іншими. Менеджер відіграє провідну роль у соціальній структурі, на нього припадає близько 3% економічних працівників.

3. Ресурс інформації й технології. Сьогодні інформація про всі аспекти діяльності компанії є найціннішою та найдорожчою інформацією в ресурсах компанії. Це пов'язано зі зміною політичних, соціальних, економічних та екологічних умов, змінами на корпоративному ринку, науково-технічною та технологічною інформацією, конкретними знаннями, пов'язаними з певними аспектами бізнесу, інформацією про нові знання в організації та управлінні бізнесом. Компанія повинна повністю реагувати на будь-які зміни у зовнішньому діловому середовищі та ефективно планувати та здійснювати свою ділову діяльність.

4. Ресурс техніки і обладнання. Відповідно до фінансових, інформаційних технологій та людських ресурсів, якими володіє компанія, вона купує необхідну та доступну технологію та інше обладнання на основі наявних ресурсів.

5. Ресурс прав. З розвитком цивілізації, виснаженням природних ресурсів та збільшенням вартості нематеріальних активів роль прав на ресурси різко зростає. Цей ресурс включає патентні права, ліцензії та квоти на використання природних ресурсів, а також експортні квоти та права землекористування. Цей ресурс дозволяє компанії брати участь у розробці передових технологій без дорогих досліджень та отримувати спеціальні можливості для бізнесу.

Функціональні компоненти економічної безпеки та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є основними сферами їх економічної безпеки, і за змістом існують суттєві відмінності:

- фінансовий компонент: досягнення найбільш ефективного використання сукупних ресурсів;
- інтелектуальний компонент: збереження та розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом;
- техніко-технологічний компонент: ступінь відповідності застосованих на підприємстві технологій сучасним світовим аналогам щодо оптимізації витрат ресурсів;
- політико-правовий компонент: усебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства;
- інформаційний компонент: ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства (організації);
- екологічний компонент: дотримання чинних екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення довкілля;
- силовий компонент: забезпечення фізичної безпеки працівників фірми (передовсім керівників) і збереження її майна [21].

Кожен із вищезазначених функціональних компонентів економічної безпеки підприємства характеризується власним змістом, набором

функціональних стандартів та методів забезпечення. Отже, процес забезпечення фінансових складових економічної безпеки сільськогосподарських підприємств як гарантії їх конкурентоспроможності можна визначити як ряд завдань для досягнення найвищої платоспроможності та ліквідності їх оборотних коштів, для моделювання найбільш ефективної структури капіталу, та покращити якість планування та фінансово-економічну діяльність у всіх сферах стратегічних та оперативних планів, а також технологію, розвідку та людські ресурси компанії, її основні активи та оборотні активи, з метою досягнення максимального прибутку та поліпшення прибутковості підприємства агробізнесу.

Розглянувши основні складові економічної безпеки аграрного підприємства та її показники, слід вказати про тісний взаємозв'язок економічної безпеки держави та підприємства. Від стану окремих підприємств залежить конкурентоспроможність продукції, рівень використання потужностей і ресурсів, фінансова й виконавча дисципліна, продумана політика ціноутворення. Економічна безпека держави є похідною забезпечення економічної безпеки підприємства. Конкурентоспроможність структурних одиниць на рівні аграрних обумовлює національну продовольчу безпеку, сприяючи престижеві держави на світовому ринку. З іншої сторони, економічна безпека держави є базою, що визначає захищеність окремих виробників на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Отже, економічна безпека є універсальною категорією, яка відображає безпеку суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях. Найбільший вплив на економічну безпеку підприємств має держава. Він використовує прямі та непрямі методи втручання для регулювання економічного та соціального розвитку країни. Інтереси бізнесу та країни не завжди однакові. Їх загальним стандартом є економічна безпека. Проблема полягає в тому, що для того, щоб закласти основу економічної безпеки країни, вона не повинна шкодити інтересам підприємств. Широкий спектр питань, пов'язаних з корпоративною економічною безпекою, необхідно систематично розподіляти

за такими напрямками: технології, ресурси, фінанси та соціальне забезпечення. Ці підсистеми є сукупністю завдань та показників. Ви можете збільшити його лише один раз, успішно працюючи у всіх напрямках.

3. УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Конкретними кроками на шляху зміцнення економічної безпеки, а отже, і конкурентоспроможності українських аграрних підприємств мають стати:

- у системі технологічної безпеки – закрити низькорентабельні та збиткові підприємства; змінити заробітну плату наукових кадрів; створити нові організаційні та виробничі структури; використовувати оренду; брати активну участь у міжнародних виставках та семінарах;

- у системі ресурсної безпеки – удосконалити систему поселення; підвищити продуктивність праці; збільшити інвестиції у збереження ресурсів; стимулювати «ресурсний» напрямок науково-дослідної роботи;

- у системі фінансової безпеки – дотримуватись принципів ключових умов кредитування; створити інформаційний центр; бути в курсі інформації про корпоративний борг та запобігати каналам втрати інформації; створити в структурі інформаційного центру спеціальну групу фінансових працівників, яка перевірятиме податки та інші обов'язкові платежі для виявлення можливих підписок та надання інформації про недостатньо використані основні засоби для можливих продажів; використання нових форм партнерських відносин, включаючи франчайзинг;

- у системі соціальної безпеки – наблизити рівні заробітної плати до показників розвинутих країн; участь працівників у функціях управління; підвищення кваліфікації працівників; переваги корпоративного управління;

підвищення матеріальної відповідальності працівників за результати роботи [18, с. 45].

Тому за сучасних умов невід'ємною частиною комплексу заходів повинен бути конкретний план дій, спрямований на встановлення надійної економічної безпеки та конкурентоспроможності. Одним з основних завдань, що стоять перед економічними суб'єктами в ринковій економіці аграрного сектору, є забезпечення їх конкурентоспроможності. Першим етапом формулювання заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, є оцінка її сучасного рівня.

Результатом оцінки конкурентоспроможності є аналіз причин несприятливих тенденцій її рівня та динаміки та основа для вжиття коригуючих заходів при формуванні конкурентної стратегії сільськогосподарських підприємств. В узагальнюючому показнику конкурентоспроможності будь-якого аграрного підприємства відображаються підсумки роботи практично всіх його служб і підрозділів (тобто характеризується стан його внутрішнього середовища), а також реакція його менеджменту та маркетингу на зміну зовнішніх факторів взаємодії. У той же час особливо важлива здатність керівництва підприємства оперативно та адекватно реагувати на зміни у поведінці споживачів, їх смаках та уподобаннях, а також проводити відповідне виробництво та реформи.

На думку Х. Фасхієва та О. Попової, висока конкурентоспроможність будь-якого підприємства обумовлюється наявністю наступних трьох ознак: 1) споживачі задоволені і готові придбати повторно продукцію цього виробника (споживачі повертаються, а товари – ні); 2) суспільство, акціонери, партнери не мають претензій до виробника; 3) працівники задоволені своєю участю в діяльності підприємства, а сторонні вважають за честь тут працювати [22, с. 54].

Майже всім цим ознакам відповідають, у Херсонській області наприклад, агрофірма “Білозерський”, ЗАТ “Молочний завод “Данон”, що виробляють відповідно, плодоовочеву та молочну продукцію під торговими марками “Білозерський”, “Данон”, “Активія”. Споживачі відзначають високу

якість продукції даних виробників, в силу чого вона користується великим попитом. Акціонери задоволені тим, що вони є власниками акцій саме цих підприємства які щороку (на відміну від більшості інших) забезпечують їм солідні додаткові надходження до бюджету. Працівники підприємства дорожать своєю роботою, оскільки мало хто з роботодавців м. Херсона та приміських господарств сплачує заробітну плату такого розміру. Із задоволенням здають свою сировину на підприємство й постачальники. Найвищі в регіоні ціни за неї платять тільки вказані підприємства.

Практика проведення консалтингових проектів на зарубіжних підприємствах показала, що трьома головними складовими конкурентоспроможності підприємства є: ефективна система управління підприємством; ефективна система управління якістю; інформаційна система. Прийнятність даних досліджень і для української економіки пояснюється ідентичністю умов зовнішнього і внутрішнього середовища суб'єктів діяльності. Загальновідомо, що при правильній організації успішною може бути будь-яка діяльність.

Практика має чимало прикладів, коли прихід на „занепадаюче” підприємство талановитого керівника виводив його з кризового стану на передові позиції. В умовах насиченості продовольчого ринку та конкуренції споживачі здійснюють свій вибір на користь більш якісної з їх точки зору продукції. Тому конкурентоспроможність підприємства і популярність його продукції серед споживачів будуть залежати від відповідності якості продукції існуючим і невиявленим запитам споживачів.

В умовах інтеграції української економіки до європейського і світового співтовариства, вступу до СОТ постає питання оцінки конкурентоспроможності аграрних підприємств не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках. Г. Скудар та В. Панков визначає критерієм оцінки конкурентоспроможності аграрних підприємств на зовнішньому ринку одержання згоди провідних міжнародних організацій не тільки купувати у підприємства продукцію, а й активно співробітничати з ним на взаємовигідних партнерських умовах [23].

Саме так формується сучасний експортний потенціал сільськогосподарського підприємства і підвищуються його конкурентні можливості. Наявність таких можливостей, їх розвиток "по горизонталі" і якісні характеристики "по вертикалі" створюють новий рівень конкурентоспроможності підприємства, який у стратегічному плані і забезпечує необхідні, реальні та важливі передумови для стабільної роботи на рівні Європейських та світових стандартів [24].

Різні дослідники по-різному визначають фактори, що формують конкурентоспроможність суб'єктів аграрної діяльності. Одні пов'язують їх з ресурсами, зовнішньою конкуренцією, попитом, міжгалузевими зв'язками. Підкреслюється роль внутрішнього менеджменту, маркетингу, стратегії ринкової поведінки ("якість фірми"), мікроекономічного середовища ("якість підприємницького середовища"). Інші фахівці до них відносять стратегію підприємства, наявність та обсяги матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частку ринку, ефективність управління.

На думку Ф. Котлера, існує чотири ключових фактори, що забезпечують успіх бізнесу: зацікавлені групи (клієнти, службовці, постачальники, дистриб'ютори, акціонери та ін.); робочі процеси; ресурси, організація й організаційна культура [25]. Правомірність віднесення цих факторів до факторів конкурентоспроможності ґрунтується на тому, що економічна ефективність суб'єкта діяльності є складовою оцінки його конкурентоспроможності.

На конкурентоспроможність аграрних та підприємств з перероблення сільськогосподарської продукції додатково впливають: природно-кліматичні умови, ціноутворення, економічна політика держави щодо даної галузі тощо. Синтезуючи та підсумовуючи вищезазначене, впорядкуємо фактори, що визначають на конкурентоспроможність підприємств (рис. 2).

Узагальнюючими факторами, що формують високу конкурентоспроможність аграрних підприємств на підставі конкурентних переваг вважаються: переваги його продукції над продукцією конкурентів; нижчі витрати і, відповідно, ціни; переваги над конкурентами щодо рівня

управління маркетингом – швидкість реагування на зміни попиту, вихід на ринок з новою продукцією і доставка споживачеві.

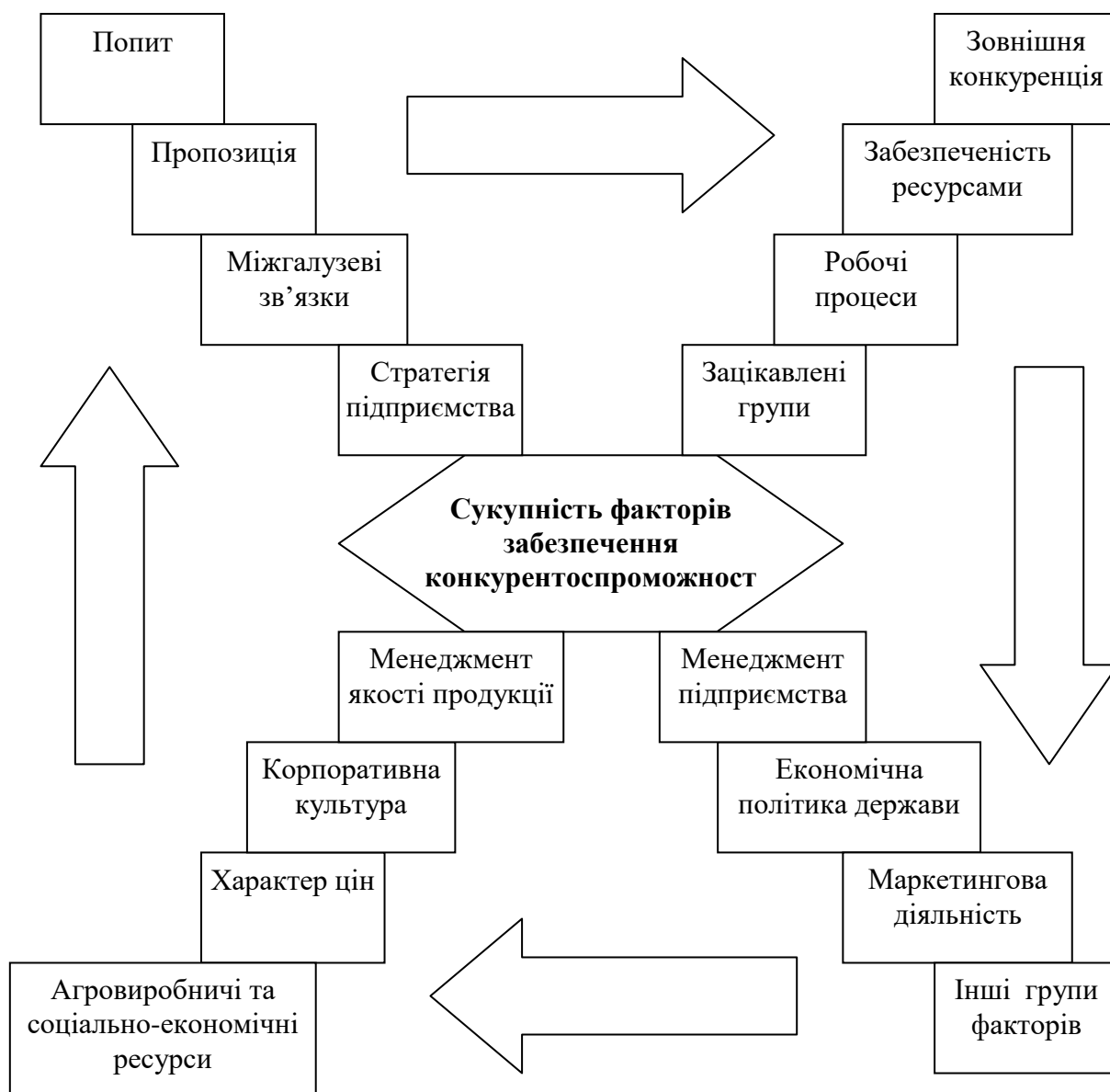


Рис. 2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств

Усі ці фактори в сукупності визначають лідируючу конкурентну позицію аграрного підприємства серед конкурентів у просторі аграрного ринку. Безсумнівно, будь-яке підприємство повинно прагнути до статусу лідера, проте це не є обов'язковим і не завжди доцільним. Детальну аргументацію даної тези наведемо нижче.

За визначенням Р. Фатхутдінова, оцінка конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності в аграрній сфері повинна здійснюватися на підставі принаймні двох показників: інтегрального показника конкурентоспроможності продукції підприємства і стійкості (ефективності) його функціонування [26, с. 34].

На думку М. Одінцева та Л. Єжкіна, узагальнюючими показниками життєстійкості підприємства, що відображають його здатність ефективно використовувати і розвивати свій виробничий, науково-технічний, трудовий і фінансовий потенціали є обсяги виробництва і реалізації конкурентоспроможних товарів і послуг [27, с. 38]. Більш детально показники конкурентоспроможності підприємства визначені В. Таран. До них належать: економічний потенціал та ефективність (активи, основний капітал, продажі, частка ринку, прибуток); рівень управління (з точки зору інновацій та відповідальності, економічної форми організації та досвіду функціональної експлуатації); виробничий та збутовий потенціал, що вказує на здатність підприємства виробляти та продавати продукцію у необхідній кількості в необхідні строки (наявність сировинної бази; виробничі і збутові потужності.

Також це обсяг і напрями капіталовкладень, що визначають виробничу політику та ін.); науково-дослідний потенціал (організація та напрямок наукових досліджень, щорічні витрати на науково-дослідну роботу, кількість патентів на винаходи, оцінка можливості підприємства зайняти монопольне становище у будь-якій галузі та ін.); фінансове становище (платоспроможність, кредитоспроможність і умови кредитування, структура капіталу – відношення власного капіталу до загальної суми активів та ін.); репутація підприємства, її ринкова стратегія, інноваційна діяльність; стан і кваліфікація трудових ресурсів.

Не зважаючи на наявність великої кількості показників оцінки конкурентоспроможності суб'єктів діяльності в аграрній сфері, значення яких, до речі, може суперечити один одному, категорично неприпустимим є використання тільки декількох нібито найважливіших. Дослідження економістів довели, що висока продуктивність, що визначається одним або

двома показниками, не гарантує успіху підприємства в майбутньому. Причина в тому, що певний економічний показник є зорієнтованим на одну зі зацікавлених груп, при цьому інтереси іншої можуть бути враховані не достатньо.

Так, не дивлячись на популярність показників прибутку як критерію оцінки успішної роботи аграрного підприємства, його слабкість є очевидною. По-перше, як показує практика, відзначаються факти маніпуляції розмірами прибутку для покриття фактичних результатів діяльності. По-друге показники прибутковості можна покращити, якщо фінансувати розвиток підприємства за рахунок позикових коштів, а не власного капіталу.

По-третє, для підприємства прибуток в жодному разі не можна вважати показником його цінності. Так, як показники норми повернення інвестицій та прибутку відображають результативність, ефективність діяльності аграрних підприємства за минулий період, а не його можливості і потенціал успішної роботи у майбутньому. По-четверте, більшість програм, направлених на підвищення прибутку, є нічим іншим, як надмірним ужитком з наявних засобів.

Різке збільшення прибутку може свідчити швидше навіть про крах підприємства, ніж про покращення його діяльності. Яскравим свідченням останнього є перелік видів продукції, що виробляється сільськогосподарськими (особливо фермерськими) підприємствами в останній час, а також структура орних земель. Основним джерелом існування таких господарств на сьогоднішній день є галузь рослинництва. Тваринництво через економічну невивідність майже відсутнє, тому площі, зайняті під кормовими культурами, є мізерними, а то й взагалі відсутні.

Більшість фермерських господарств і значна частка громадського сектору вирощують на своїх землях тільки зернові та соняшник, не витримуючи ніяких правил чергування культур у полях сівозміни, рекомендацій науково-дослідних установ щодо структури ріллі і не залишаючи парів. Поняття культури землеробства часто відсутнє у практиці господарювання. При такому безгосподарському відношенні ґрунти скоро

перетворюються у безплідну земляну масу, а конкурентоспроможність таких підприємств з часом буде зменшуватися.

Оманним в оцінці конкурентоспроможності підприємства є й загальноприйнятий показник лідерства через "частку ринку". Існує багато прикладів того, коли агробізнесові структури, займають значну частку ринку, а їх прибутковість значно відстає від конкурентів, частка ринку яких значно нижча. Це означає, що вони несуть значні витрати, щоб бути лідерами. Кожна група підприємств має бути активною в усіх сферах, але, як правило, жодне підприємство не може виділятися у всьому [28].

Дослідження Т. Амблера показали, що збільшення частки підприємства на ринку іноді є необхідною умовою автоматичного збільшення доходу. Однак це, як правило, жодним чином не впливає на результати його діяльності. Неможливо повністю недооцінити роль показників частки ринку у тестуванні конкурентоспроможності суб'єктів сільського господарства, оскільки, за словами П. Друкера, підприємство, з лише невеликою часткою ринку рано чи пізно буде витіснено з великого агробізнесу і під сумнів буде поставлена його життєздатність. Яскравим підтвердженням цієї тези є хитке, на сьогоднішній день, становище невеликих молокопереробних підприємств України [11, с. 143].

Підставою успішної роботи в цій галузі є забезпеченість сировиною і обсяги діяльності. Тут добре спрацьовує ефект масштабу, що забезпечує низьку собівартість виробництва одиниці продукції. В силу обмеженої кількості сировини і відсутності адміністративного її розподілу, селяни продають молоко тому покупцю, хто платить дорожче. А купити сировину за вищою ціною і забезпечити собівартість готової продукції на рівні, не вищому середнього по галузі може собі дозволити тільки велике молокопереробне підприємство. Це призводить до поступового закриття малих молокозаводів або поглинання їх великими.

В той же час до лідируючих позицій слід відноситися дуже обережно. Спеціалісти нагадують, що існує так звана "максимальна ринкова позиція", навіть якщо на антимонопольний закон не звертають уваги, не рекомендується

його підвищувати. Домінуюче становище на ринку присипляє пильність лідера. Монополісти перестають зростати не стільки через протидію зі сторони суспільства, скільки через власне самозадоволення. Метою фірми завоювати певні позиції має бути досягнення найкращого, а не найбільшого.

Другою складовою конкурентоспроможності аграрних підприємства поряд з ефективністю існування є конкурентоспроможність їх продукції. Хоча детальне дослідження явища конкурентоспроможності показало, що між цими елементами існує не причинно-наслідковий зв'язок, а взаємозв'язок, як і з іншими об'єктами конкурентоспроможності. Первинним у визначенні конкурентоспроможності продукції є конкурентоспроможність середовища оточення: якість управління, конкурентоспроможність країни, регіону, підприємства. Ці фактори можна відобразити у вигляді трьохрівневої моделі: в центрі – підприємство, далі – регіон, країна, якість управління.

Серед специфічних внутрішніх факторів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є її якість, яка визначає рівень ціни і витрат на використання продукції. Якість продукції і сервісу його споживачів визначають рівень витрат за життєвий цикл товару. При цьому структура факторів за ступенем впливу їх на конкурентоспроможність для кожної групи товарів буде індивідуальною.

У цілому аналіз та узагальнення досліджень фахівців явища конкурентоспроможності продукції показав наступне. По-перше, для об'єктивної оцінки ситуації виробник повинен використовувати ті ж самі критерії конкурентоспроможності продукції, що і споживач. По-друге, конкурентоспроможності притаманний динамічний характер – є сенс її розглядати лише по відношенню до конкретного часу, з урахуванням змін ринкової кон'юнктури у часі. Тобто, проблема конкурентоспроможності відноситься, в основному, до нестационарного недефіцитного ринку, що знаходиться у перехідному стані. По-третє, конкурентоспроможність залежить від стадії життєвого циклу, на якій знаходиться продукція, що розглядається [29, с. 459]. Конкурентоспроможність продукції закладається ще на стадії проектування її виробництва. У процесі виробництва найважливішими

(вирішальними) факторами для досягнення конкурентоспроможності продукції є якість та вартість. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою продажу продукції на відповідних ринках.

ВИСНОВКИ

1. З точки зору управління завданнями розвитку сільського господарства, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є одним з пріоритетних та найбільш проблемних. Ми вважаємо, що особливу увагу слід приділити забезпеченню інтеграції національного нагляду та підприємницьких ініціатив для вдосконалення організації та економічного механізму управління; розглянути міжнародні норми та стандарти виробництва, пов'язані зі СОТ. Велике значення має узгодження державних, регіональних та місцевих умов і потреб (інтересів) і відповідних рівнів управління щодо розвитку конкурентоспроможності. Так, відповідно до специфіки розміщення аграрних підприємств пріоритетним може бути відродження зрошення; відновленню селекційної роботи; створення належної ринкової інфраструктури; забезпечення ефективності операційної діяльності.

2. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств відображає їх здатність виробляти та продавати високоякісну сільськогосподарську продукцію та загальний обсяг запасів (ресурсний потенціал, спеціалізація та диверсифікація виробництва, інновації, організація та управління). При цьому конкурентоспроможність залежить від наявних тих або інших конкурентних переваг. В якості основоположних до їх сукупності слід додати фінансову стійкість й економічну безпеку. Крім того, її можна ідентифікувати лише шляхом порівняння сільськогосподарських підприємств певної галузі у межах регіону, країни, всесвітнього аграрного ринку.

3. Організаційно-економічний механізм управління підвищення

конкурентоспроможності аграрних підприємств охоплює методи зміцнення їх фінансової стійкості й економічної безпеки. Крім того, він включає заходи щодо забезпечення вітчизняних виробників з точки зору регуляторної та законодавчої підтримки; бюджетної допомоги; цінової політики продуктів харчування; фінансової та кредитної підтримки основних видів діяльності й сільськогосподарської інфраструктури та нагляду за оподаткуванням; стандартизації якості сировини та готової продукції; сільськогосподарська продукція; моніторингу агроринку та маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Макаренко П. М., Васильєва Л. М., Довбиш Г. В. та ін. Аграрний сектор: моделі управління: монографія. Суми: «Довкілля», 2006. 438 с.
2. Павленко О. М. Конкурентоспроможність вітчизняного агропродовольчого виробництва на ринках ЄС. *Вісник аграрної науки*. 2009. № 3. С. 81–92.
3. Аранчій В. І., Зоря С. П., Лантух А. О. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Полтава: ПДАА. 2012. Т.3, №2 С. 3-7.
4. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів ; переклад з англ. Київ : Основи, 1997. 390 с.
5. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия. Пер. с англ. Ю. Г. Каптуревского. СПб. : Питер, 1999. 416 с.
6. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.
7. Ігнатенко М. М., Леваєва Л. Ю., Тетерятнік Л. В. Методичні основи дослідження процесів формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2018. №4 (44). С. 41-47.
8. Прокопець Л. В. Складові підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Зб. наук. праць Буковинського університету*. 2011. № 7. С. 37-47.
9. Коноплицький В. А., Філіна Г. І. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний. Київ : КНТ, 2007. 580 с.
10. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2002. 496 с.
11. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення [Коллективна монографія за заг. ред. О.Г. Янкового]. Одеса, Атлант, 2013. 470 с.
12. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал

підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. №7. С. 41-42.

13. Резнікова Н. В., Рубцова М. Ю. Порівняльна та конкурентна переваги в міжнародному бізнесі: теоретико-методологічні підходи до пошуку їхнього синтезу. *International relations, part "Economic sciences"*. 2016. № 8.

14. Кучкова К. О. Конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3516

15. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность). Под ред. Е. А. Олейникова. М.: ЗАО Бизнес школа «Интел-Синтез», 1997. 288 с.

16. Ковалёв Д., Сухорукова Т. Экономическая безопасность предприятия. *Економіка України*. 1998. № 10. С. 48-52.

17. Раздина Е. Коммерческая информация и экономическая безопасность предприятия. *Бизнес-информ*. 1997. № 24. С. 63-65.

18. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы. *Бизнес-информ*. 1999. № 11-12. С. 45-47.

19. Бендигов М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). *Консультант директора*. 2000. № 2. С. 7-13.

20. Пилипенко Н. М. Розвиток методичних підходів до оцінки економічної безпеки підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=595>.

21. Сосновська І. М. Поняття та значення економічної безпеки виробничо-господарської діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. №9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4303>

22. Фасхиев Х. А., Попова Е. В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? *Маркетинг в России и за рубежом*. 2003. № 4. С. 53-68.

23. Скударь Г. М., Панков В. А. Управление конкурентоспособностью крупного наукоемкого машиностроительного предприятия. Краматорск: НКМЗ, 2006. 98 с.

24. Сайкевич М. І., Сайкевич О. Д. Експортний потенціал

сільськогосподарських підприємств. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 104-110.

25. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. СПб. : Издательский Дом Нева», 2003. 126 с.

26. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебн. пособие. М.: Эксмо, 2004. 544 с.

27. Одинцов М. В., Ежкин Л. В. Корпоратизация и реструктуризация как две стороны реформирования предприятия. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2005. №6. С. 37-46.

28. Методологія визначення конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/methodology/>.

29. Федорчук О. М., Протосвіцька О. І. Фактори підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств регіону. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2018. №. 4. С. 453-462.

30. Мармуль Л., Лугова О. Методичні підходи до оцінки економічного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Економіст*. 2012. № 2. С. 24-26.

31. Аранчій В. І. Сучасний стан та складові економічного забезпечення сталого розвитку аграрних підприємств. *Продуктивність агропромислового виробництва*. 2015. № 27. С. 12-17.

32. Ігнатенко М. М., Адамчик О. О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського зеленого туризму на засадах брендингу та маркетингових стратегій. *Агросвіт*. 2020. № 11. С. 50–57.

33. Маркіна І. А., Іванюта В. Ф., Іванюта П. В. Методологічне забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємств в умовах вступу України в СОТ і ЄС: монографія. Полтава: ПУСКУ, 2009. 168 с.

34. Кускова С. В. Конкурентоспроможність підприємств агропродовольчої сфери та інноваційний інструментарій її підвищення. *Інноваційна маркетингова діяльність в агропромисловому комплексі: монографія / За ред. Ю. І. Данька, В. М. Жмайлова*. Суми: СНАУ. 2014. С. 235-244.