

Шифр «Сфера конкуренції»

**«УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СУБ'ЄКТІВ
АГРОБІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ»**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	4
1.1. Науково-методологічні засади детермінації конкурентного потенціалу підприємства	4
1.2. Інноваційна орієнтація інвестиційної діяльності суб'єктів аграрного бізнесу	8
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	14
2.1. Методичний підхід до оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу	14
2.2. Методичні підходи до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу	18
РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	23
3.1. Науково-методологічні засади формування конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу	23
3.2. Роль факторних умов і підтримуючих галузей у формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств	27
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Управління конкурентним потенціалом суб'єктів агробізнесу в системі інноваційно-інвестиційного розвитку

Активізація процесів глобалізації та поступова лібералізація зовнішньої торгівлі відкривають перспективи доступу вітчизняних сільськогосподарських підприємств до висококонкурентних світових ринків продовольства, а також створюють передумови для входження іноземних товаровиробників на внутрішні ринки. Водночас, неоднорідність умов функціонування підприємств, які різняться організаційно-правовим статусом, розмірами, ресурсною базою та інвестиційними можливостями, зумовлює нерівномірність їх розвитку. Відтак, актуальності набуває розробка методів і механізмів конкурентного позиціонування суб'єктів агробізнесу із обов'язковим урахуванням їх ресурсного потенціалу і особливостей діяльності. Утримання стійких конкурентних позицій сільськогосподарських підприємств потребує економічно обґрунтованого перерозподілу ресурсів виробників у напрямку зниження собівартості продукції, забезпечення її відповідності міжнародним стандартам якості та безпеки, підвищення ефективності бізнесу. Враховуючи необхідність адаптації до швидкозмінних зовнішніх викликів, обґрунтування системи стратегічних напрямів формування конкурентоспроможності має відповідати критеріям інноваційності, найменшої ризиковості та максимальної ефективності. Лише у такий спосіб можливо наростити конкурентний потенціал сільськогосподарських підприємств, оновити їх техніко-технологічну базу, мінімізувати ризики, забезпечити доступ до інвестиційних ресурсів і високу прибутковість діяльності.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

1.1. Науково-методологічні засади детермінації конкурентного потенціалу підприємства

Сучасне підприємство будь-якої галузі функціонує в умовах відкритої економіки, що визначає характер зовнішніх умов впливу, особливості взаємодії з іншими суб'єктами, характер розвитку тощо. Однією з найбільш значущих рис відкритої економіки є глобальна конкуренція. Тривалий розвиток соціально-економічних систем обумовив «гегемонію» ринкового механізму із відповідним рівнем державного втручання, де основним механізмом виступає конкуренція. Для забезпечення успіху у жорсткій конкурентній боротьбі, де інтеграційні та глобалізаційні процеси ускладнюють та підсилюють ступінь напруження, підприємство повинно мати відповідні властивості виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, що в результаті забезпечує йому належний рівень конкурентних позицій на ринку за різними сферами бізнесу. Системне розуміння множинних зазначених властивостей уособлюється в економічному понятті «конкурентний потенціал», ефективне управління яким дозволяє забезпечувати високий рівень показників ефективності діяльності суб'єкта господарювання, тут і обумовлює актуальність дослідження.

Питаннями дослідження сутності конкурентного потенціалу, його структури, особливостей формування та управління ним, чинників, які впливають на нього, займалися та розглядають чисельні українські та закордонні дослідники. Незважаючи на існуючий науково-методологічний,

методичний та практичний наробок у сфері його формування та використання, питання уточнення його дефініції не є одностайно вирішеним, а розробка ефективних напрямів управління ним в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей окремих галузей залишається полем постійного наукового пошуку.

В цілому бачення конкуренції можна узагальнити в рамках таких підходів. Поведінковий розглядає конкуренцію як боротьбу між суб'єктами за обмежені ресурси на окремих ринках для задоволення власних цілей. Структурний підхід передбачає аналіз ринків в залежності від кількості його гравців, бар'єрів входу та виходу. Функціональний підхід зосереджений на визначенні особливостей функціонування ринку шляхом реалізації інновацій. Комплексний об'єднує окремі елементи із кожного підходу.

Найбільшим недоліком конкуренції як механізму виступаючи ринкові екстерналиї, такі як: перевитрата ресурсів в перегонах за найкращим, незацікавленість у виробництві суспільних благ, забруднення довкілля, відсутність соціальних гарантій, які властиві іншим типом соціально-економічних систем, нестабільність. Конкуренцію не можна одностайно вважати першоджерелом нестабільності, так як вона закладена в саму природу економічної системи, де більші або менші доходи в різних галузях різних країн провокують рух капіталу, а існування фінансового сектору, який не завжди відповідає параметрам реального, та його стрімкий розвиток призводять до періодичних коливань, природа яких детально розглянута в циклах розвитку світової економіки. Все ж сама успіх у конкурентній боротьбі виступає інструментом отримання вищої норми рентабельності бізнесу, який провокує більшість ринкових «лагів». Незважаючи на державне втручання з метою нівелювання недоліків ринку питання забезпечення стабільного поступового розвитку економічних систем наразі не вирішено. Таким чином, конкуренція, залишаючись основним важелем формування профілю економічної системи, набуває нових рис, що дозволяє визначити її як характер взаємодії між суб'єктами на окремих ринках, цілі яких є повністю або частково

суперечливими, а її досягнення потребує вибору альтернатив. В результаті конкуренції формуються основні характеристики ринку, визначається загальний рівень його розвитку, забезпечується суспільний прогрес цілому, а для отримання максимального позитивного ефекту для всієї економічної системи необхідно дотримуватися принципів «коонкуренції» як поєднання конкуренції та кооперації, так як між всіма суб'єктами існує спільність окремих цілей, представлених стабільним зростанням, збільшенням обсягу ринку, задоволенням інтересів зацікавлених сторін.

Потенціал як друга складова досліджуваного поняття також відрізняється багатогранністю розуміння, хоча в рамках закордонної парадигми економічної науки її приділяють значно менше уваги ніж у вітчизняній. Під потенціалом **[Ошибка! Источник ссылки не найден.; Ошибка! Источник ссылки не найден.; Ошибка! Источник ссылки не найден.]** традиційно розуміють максимально можливу сукупність наявних засобів, можливостей, потужностей та ресурсів, які використовуються або можуть бути використані для досягнення окремих цілей, які в рамках потенціалу підприємства найчастіше виражається у формі виробництва відповідної кількості продукції визначеної якості для обраних ринків. Найчастіше його розглядають з позиції ресурсного підходу, як відображення наявних ресурсів, потрібних для виробництва продукції. Відповідно результативному підходу потенціал є здатністю ресурсів і ключові компетенції окремої системи досягати намічених цілей. Функціональний підхід передбачає його розуміння як множини функцій управління, а соціально-економічний – як системи чинників, які виступають умовами для забезпечення досягнення поставлених цілей. В незалежності від обраного підходу потенціал об'єднує ресурси, можливості, ключові компетенції, резерви, які використовуються або можуть бути використані для досягнення поставлених цілей.

Грунтуючись на двох вищенаведених дефініції потенціалу та конкуренції можна зазначити, що конкурентний потенціал повинен відображати

спроможність підприємства ефективно діяти на ринку, досягаючи поставлених цілей кращим чином ніж основні супротивники.

У табл. 1 надано ключові визначення досліджуваного поняття.

Таблиця 1.1

Узагальнення визначень конкурентного потенціалу підприємства

Ключові визначення Автори	сукупність наявних та невикористаних можливостей підприємства	комплекс (використання) ресурсів	дозволяє конкурувати	отримання конкурентних переваг	досягнення стратегічних конкурентних цілей (забезпечення конкурентоспроможності)	адаптація до змін зовнішнього середовища	забезпечує високий конкурентний	задоволення потреб споживачів	забезпечення розвитку	інструмент порівняння
Г. В. Омельчак			+	+	+					
О. Є. Бабина	+	+	+							
Л. В. Балабанова	+	+		+	+					
Л. С. Головкова	+									
О. Д. Гудзинський	+					+		+	+	
І. М. Кирчата	+	+		+	+	+	+			
Е. В. Попов							+			+
О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк				+						+

Як видно з проведеного аналізу в найбільшій мірі конкурентний потенціал розглядається як можливості підприємства та ресурси, що відображає його зміст як безпосередньо потенціал. Конкурентний аспект виражається в отриманні конкурентних переваг, реалізація яких забезпечує досягнення бажаного статусу на ринку. Поведінковий підхід проявляється в розумінні досліджуваного поняття як інструменту порівняння.

Варто звернути увагу на визначенні конкурентного потенціалу як інструменту адаптації до зовнішнього середовища – саме ця риса відображає його емерджентну властивість, яка окремо кожній із складових характерна в

обмеженому ступені. Тобто саме за наявності конкурентного потенціалу підприємство не тільки спроможне ефективно вигравати в боротьбі на поточний момент, але й пропонувати перспективно успішні комбінації продуктів, послуг і робіт в залежності від потреб зовнішнього середовища, що і складає зміст адаптації.

На основі проведеного дослідження було отримано такі результати. Перш за все, ретроспективний аналіз поняття конкуренція дозволив встановити, що цей феномен стосується боротьби між суб'єктами за обмежені ресурси на певних ринках, забезпечує розвиток, виступаючи ключовим «мотиватором» до постійного вдосконалення, характеризує ринки, балансує попит і пропозицію, визначає рівень цін та виступає основним механізмом ринкової економіки. Сучасне бачення поєднання конкуренції та кооперації, представлене у формі «кооперативності» дещо змінює традиційне бачення, забезпечуючи суб'єктами досягнення поряд з економічними інших цілей: соціальних, екологічних тощо, дозволяючи частково ліквідувати ринкові екстерналії.

По-друге, аналіз потенціалу дозволив визначити його як сукупність засобів, резервів, можливостей, потужностей, ключових компетенцій, використана або потенційну для досягнення поставлених цілей в ході функціонування підприємства. Відповідно було розглянуто ресурсний, функціональний, результативний та соціально-економічної підходи до побачення потенціалу.

По-третє, поєднуючи аналіз змісту конкуренції та потенціалу разом з узагальненням існуючих дефініцій конкурентного потенціалу було запропоновано його розуміння як множини підсистем підприємства, здатних формувати та використовувати конкурентні переваги

1.2. Інноваційна орієнтація інвестиційної діяльності суб'єктів аграрного бізнесу

Сучасний агробізнес виступає потужним форвардом вітчизняної національної економіки через значну питому вагу продукції цієї галузі в експорті продукції. Зміщення акцентів відбулося через зміну структури зовнішньої торгівлі внаслідок значного скорочення обсягу продажу за кордон традиційних для вітчизняної економіки продуктів металургійної промисловості. Крім того ситуація ускладнюється низькою конкурентоспроможністю інших видів продукції. Не можна не зазначити, що основою порівняно високої популярності продукції аграрного сектору на зовнішньому ринку є потужний природно-ресурсний потенціал, але його неефективне й часом безвідповідальне використання призводить до виснаження земель, що становить серйозну загрозу стратегічному розвитку всього агропромислового сектору.

Вітчизняний ринок має значний резерв для зростання. Через відчутне недоспоживання ключових груп продуктів на вітчизняному ринку існує невикористана можливість до збільшення обсягів виробництва. Найбільше недоспоживання відповідно до вимог гігієни харчування МОЗ спостерігається за групами таких продуктів: картопля – 50,6%, фрукти, ягоди й виноград – 54,7, молоко та молочні продукти – 44,1%, городинні та баштанні культури – 41,1%. За іншими групами показники менші, але також досить відчутні: цукор і кондитерські вироби – 30,5%, риба та рибопродукти – 28%, яйця – 25,2%, м'ясо та м'ясопродукти – 29,2%. Найбільше недоспоживання спостерігається за тими групами товарів, які виробляються домашніми господарствами. Відповідно ним потрібні інновації, але саме ці суб'єкти не мають достатньо коштів навіть для звичайного збільшення обсягів виробництва, що підтверджується загальною динамікою, не кажучи про вартісні впровадження. Отже, в даному випадку важливе втручання держави для сприяння, надання фінансування та реалізації посередницької діяльності між науково-дослідними установами, які генерують інновації і безпосередніми підприємства, які їх впроваджують. Також це підтверджується обсягом імпорту продуктів харчування: за січень-листопад 2019 року від'ємне сальдо було за такими групами товарів: 12,2 млн дол. США

за групою товарів «Живі тварини», 527,8 млн дол. США – «Риба і ракоподібні», 6,7 млн дол. США – «Інші продукти тваринного походження», 10,9 млн дол. США – «Овочі», 322,3 млн дол. США – «Їстівні плоди та горіхи» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Під інвестиційною діяльністю розуміють «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій, яка провадиться на основі: інвестування, що здійснюється громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, спілками і товариствами, а також громадськими і релігійними організаціями, іншими юридичними особами, заснованими на колективній власності; державного інвестування, що здійснюється органами державної влади за рахунок коштів державного бюджету, позичкових коштів, а також державними підприємствами та установами за рахунок власних і позичкових коштів; місцевого інвестування, що здійснюється органами місцевого самоврядування за рахунок коштів місцевих бюджетів, позичкових коштів, а також комунальними підприємствами та установами за рахунок власних і позичкових коштів; державної підтримки для реалізації інвестиційних проектів; іноземного інвестування, що здійснюється іноземними державами, юридичними особами та громадянами іноземних держав; спільного інвестування, що здійснюється юридичними особами та громадянами України, юридичними особами та громадянами іноземних держав» (стаття 2) [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Це дозволяє розглядати різні джерела для фінансування інвестиційної діяльності, що має забезпечувати належну диверсифікацію. На жаль, для сільськогосподарських підприємств основним джерелом інвестицій виступають власні кошти, які формуються з амортизаційних відрахувань, нерозподіленого прибутку, страхових відшкодувань, надлишки коштів.

Через посилення впливу чинників зовнішнього середовища сприятливість інвестиційного клімату становиться все більш і більш вирішальним параметром. Саме відсутність його належного рівня в Україні призвела до

недостатності фінансування інвестиційної діяльності із зовнішніх джерел, представлених всіма іншими ресурсами крім власних. Автори [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 57] виділяють такі причини непривабливості та ризикованості кредитування аграрного сектора економіки: 1) сезонні особливості та сильна залежність від природно-кліматичних умов; 2) проблеми з оплатною продукцією – кредиторська заборгованість; 3) невідповідність потреб суб'єктів агробізнесу в кредитних ресурсах і можливостях банківських установ; 4) недостатність ліквідного забезпечення кредитів; 5) нестійкий фінансовий стан суб'єктів аграрного ринку.

Крім цих чинників варто додати ще ряд важливих особливостей функціонування суб'єктів аграрного бізнесу, які є вирішальними в розумінні характерних рис інвестиційної діяльності.

З економічної точки зору інвестування передбачає вкладення ресурсів в різних формах в систему функціонування підприємства для отримання економічної вигоди від додаткового результату, який формується внаслідок підвищення продуктивності праці, зростання якості продукції, створення та виведення на ринок нових видів продукції, освоєння нових технологій і видів техніки тощо. Суб'єкт інвестування реалізує цю діяльність для забезпечення зростання й розвитку – розширеного відтворення. З одного боку має місце зростання капіталізації суб'єкта господарювання, з іншого – формуються передумови для збільшення прибутковості й рентабельності діяльності. Відповідно вкладення коштів має бути обґрунтованим з точки зору вірогідності отримання запланованих додаткових доходів, які знаходяться в зоні ризику, адже в майбутньому невідомо, чи вдасться запуснути в реалізацію розроблені інвестиційні проекти із бажаним рівнем віддачі. З цією метою здійснюються оцінювання вартості грошей участі, що дозволяє враховувати можливі інфляційні процеси й альтернативні шляхи використання коштів.

Нерозвиненість фінансового ринку призводить до недовикористання фінансових інвестицій. Враховуючи наявність розриву між вкладенням коштів

у виробничий процес в рослинництві та отриманням виручки від реалізації для суб'єктів аграрного бізнесу деривативи виступають ефективним інструментом, який дозволяє не тільки оптимізувати фінансування, але й залучати додаткові інвестиційні ресурси. Ще одним вузьким місцем являються товарні біржі. Як зазначають дослідники [38] наразі цей інструмент є нерозвинутим через відсутність сучасної матеріально-технічної бази, електронної системи торгівлі із низьким обсягом статутного капіталу, що не дозволяє виступати їм інвестиційно привабливими об'єктами. Саме тому переважна більшість операцій щодо закупівлі зерна здійснюється через спот. Саме така ситуація призвела до монополізації аграрного ринку з боку трейдерів і постачальників матеріально-технічних ресурсів і недоотримання вітчизняними товаровиробниками третини кінцевої ціни реалізації.

В цілому узагальнюючи ряд досліджень відносно інвестиційної діяльності суб'єктів аграрного бізнесу зауважимо, що існують специфічні чинники впливу на інвестиційний клімат, до яких відносять залежність від природно-кліматичних умов, потребу у державній підтримці, необхідність розвитку соціальної сфери та інфраструктури. В якості об'єктів виступають підприємства всіх форм власності, включаючи господарства населення, а також соціальну сферу й інфраструктуру. В якості цілей інвестиційної діяльності виокремлюють відтворення родючості земель, нормальне функціонування біологічних організмів, забезпечення продовольчої безпеки держави, належний рівень життя сільських мешканців. Як заходи або особливості інвестиційної діяльності розглядаються такі: забезпечення безперервності виробництва, необхідність фінансового оздоровлення підприємств, необхідність технічного переоснащення, розвиток суміжних галузей. Пріоритетними напрямками інвестування пропонують розглядати збільшення обсягів виробництва й підвищення продуктивності, покращення родючості ґрунтів, поліпшення біологічного потенціалу рослин і тварин, фінансування соціальної сфери та інфраструктури, створення об'єднань підприємств.

В контексті безпосередньої підтримки інноваційного напрямку інвестиційної діяльності роль держави сконцентрована у фінансуванні фундаментальних наукових досліджень, імплементація яких дозволяє отримувати чисельні прикладні результати в різних сферах сільського господарства. Пріоритет державного фінансування обумовлений відсутністю зацікавленості приватних інвесторів у фінансуванні кошторисних фундаментальних досліджень внаслідок низького відсотка ефективності отриманих від них результатів.

Як зазначають дослідники в ході інноваційної діяльності на різних етапах домінують окремі суб'єкти: на етапі розробки - мережа науково-дослідних інститутів і міністерств; на етапі апробації і перевірки – наукові установи й спеціальні державні організації; в ході відтворення інновацій – насінневі господарства, племінні заводи, машинобудівні підприємства, біологічні фабрики тощо; на етапі впровадження у виробництво – суб'єкти підприємницької діяльності [31, с. 6]. Як бачимо, суб'єкти господарювання залучається цей процес переважно на заключних етапах, коли рівень комерціалізації результатів є достатньо високим. Саме таким шляхом реалізується роль держави у забезпечення взаємозв'язку між наукою та інноваційним підприємництвом в аграрному секторі.

Таким чином, для реалізації інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності суб'єктів аграрного бізнесу обов'язковим виступає державна підтримка й регулювання, що включає організацію взаємодії між органами державної влади, зацікавленими ініціативними громадськими організаціями, фінансовими й банківськими установами, науково-дослідними й проектними установами, венчурними фондами, закладами вищої освіти та підприємцями щодо впровадження заходів і проектів відповідного характеру та спрямування.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

2.1. Методичний підхід до оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу

Управління будь-яким об'єктом вимагає від суб'єкта впливу крім розробки та впровадження системи відповідного управлінського інструментарію, імплементацію належної системи вимірювання, яка виступає як основне джерело необхідної інформації для прийняття належних управлінських рішень, а також як орієнтир у постановці цілей розвитку суб'єкта господарювання.

Конкурентний потенціал підприємства, на відміну від традиційних суміжних понять, таких як: потенціал підприємства, ресурсний потенціал, стратегічний потенціал тощо, варто розглядати як порівняно нову економічну категорію, розвиток і дослідження якої дозволить вітчизняним аграрним підприємством значно підвищити рівень конкурентоспроможності власної продукції, посилити свою конкурентну позицію на вітчизняному та зовнішньому ринках й забезпечити довготривале успішне стає функціонування. Дослідження методів оцінки конкурентного потенціалу аграрних підприємств дозволяє виявити їх специфічні риси, врахувати переваги й недоліки, що покращить стан не тільки окремих суб'єктів господарювання,

але й галузі в цілому, яка наразі виступає провідною сферою в народному господарстві України. Це обумовлює та підтверджує актуальність дослідження.

Існує велика чисельність методів стратегічного менеджменту, які можуть бути ефективно використані в оцінюванні конкурентного потенціалу. До найбільш розповсюджених відносять такі методи: розповсюджений SWOT-аналіз, XYZ-аналіз, ABC-аналіз, STEP-аналіз, PEST-аналіз. Крім цих виокремлюють такі: модель конкурентної переваги М. Портера; модель продукт-ринок (І. Ансоффа); модель накопиченого досвіду; модель ЖЦП (життєвого циклу продукту); модель ЖЦТ (життєвого циклу технологій). До матричних належить: модель БКГ; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; модель Хофера/Шенделя; метод ADL; метод PIMS. І. Методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства: метод комплексного стратегічного аналізу SWOT; метод комплексного стратегічного аналізу SPACE; метод LOTS; метод експертного оцінювання; метод картування стратегічних груп.

Система забезпечення конкурентних переваг ґрунтується на аналізі показників конкурентоздатності продукції - базових (наявних), що відбивають економічний стан підприємства, і потенційних (запланованих). Рациональна політика досягнення конкурентних переваг реалізується на основі організаційно-економічного механізму. При цьому об'єктом управління виступають: організаційна підсистема, фінансово - економічна підсистема, технологічна підсистема, екологічна підсистема, соціальна підсистема. Інструментальне наповнення процесу забезпечення конкурентних переваг включає прогнозування і стратегічне планування, організаційну структуру, фінансове регулювання, мотивацію, контроль, моніторинг.

Для діагностики конкурентоздатності продукції, визначення ваги факторів досягнення конкурентних переваг в практиці господарювання використовується система концепцій і моделей. Серед них:

1. Модель Boston Consulting Group, функціональне призначення якої полягає в оцінюванні окремих підприємств чи за темпами і спрямованістю

зміни ринкової позиції, розміром частки ринку залежно від стадії життєвого циклу.

2. PIMS-аналіз, в його основі лежить аналіз трьох груп факторів, а саме конкурентної позиції підприємства з урахуванням наявного сегмента ринку і якості продукції, структури виробництва, відносної привабливості ринку.

3. Метод LOTS включає детальне вивчення проблем різного рівня складності: від індивідуальних проектів до місії підприємства.

4. SWOT-аналіз, на базі якого здійснюється дослідження зовнішнього середовища і його співвідношення з внутрішніми можливостями підприємства. Аналіз стосовно дослідження конкурентів включає такі елементи як: структура споживчих переваг, оцінка загроз на основі прогнозування дій конкурентів в умовах зміни ринкової ситуації, визначення механізмів реагування на загрози і можливості в господарській діяльності, вивчення переваг і недоліків конкурентів і власне підприємства.

5. PEST-аналіз дозволяє аналізувати основні групи факторів макрооточення: політико-правові, економічні, соціально-культурні, технологічні.

6. Концепція «4P», суть якої полягає в порівнянні власних показників підприємства з аналогічними показниками конкурентів за чотирма напрямками: продукт, ціна, канали збуту, просування на ринку.

7. Аналіз конкурентоспроможності за системою 1111–5555 дозволяє позиціонувати підприємства за рівнем конкурентоспроможності, якості і ціни.

8. Модель зростання товару-ринку І. Ансоффа дозволяє визначити (на основі дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства) найбільш перспективні варіанти розвитку в ході реалізації цілей і стратегії. Серед можливих варіантів акцентується увага на розвитку товару, розвитку ринку, розширенні ринкової частки, диверсифікації.

9. Модель Мак-Кінсі. Вона використовується для визначення стратегії розвитку з урахуванням рівня конкурентоспроможності, привабливості ринку тощо. Методика полягає в оцінюванні конкурентної позиції товару на ринку за

шкалою: низька, середня, висока. Результати зводяться у матрицю, в якій розміщують освоєні підприємством «продукто-ринки» залежно від комбінації отриманих оцінок.

10. Багатокутник конкурентоспроможності. Найвищий рівень конкурентоспроможності визначається як фігура з максимальною площею при рівній кількості характеристик конкурентоспроможності.

11. Метод аналізу GAP, який має за мету знаходження стратегії і методів управління, які дозволяють ліквідувати між бажаною і прогнозованою діяльністю.

12. Розробка карт стратегічних груп дозволяє порівнювати ринкові позиції підприємств з використанням методу формування однорідних груп в умовах, коли кількість конкурентів в галузі не дозволяє провести багатобічне дослідження кожного.

13. Метод факторного аналізу. В рамках його проведення використовується масив статистичних даних. На основі порівняльної вагомості визначаються основні фактори впливу та основні тенденції розвитку ситуації.

14. Метод експертних оцінок. Вироблення рішення здійснюється за участі групи компетентних фахівців (експертів). Використовується для різнобічного аналізу кількісних і якісних аспектів, що мають суттєвий вплив на прийняття управлінських рішень.

15. Метод еталонів ґрунтується на гіпотезі, що об'єкти кожного класу займають компакту площу в просторі ознак. В результаті є можливість сформулювати еталонний опис класу.

16. Метод побудови таксономічного показника. Головною метою використання методу таксономії є побудова узагальнюючої оцінки складного об'єкта або процесу. Таксономічний показник розраховується за класичним алгоритмом таксономічного аналізу, який містить наступні етапи [24]: формування матриці спостережень; стандартизація значень елементів матриці спостережень; ідентифікація вектора-еталона; визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном; розрахунок таксономічного

коефіцієнту розвитку.

2.2. Методичні підходи до оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу

Одним з найбільш перспективних методів в оцінці зовнішніх детермінант конкурентного потенціалу, на наш погляд, є метод експертних оцінок. Це зумовлено багатоаспектністю процесів впливу на підприємство зовнішніх сил. Зовнішні фактори не залежать від дії самого підприємства, виникають і діють поза його межами.

В реалізацію зазначеної мети розв'язувалось завдання виділення і обґрунтування найбільш значущих факторів зовнішнього середовища для формування конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Зовнішні фактори можна умовно поділити на мікроекономічні, макроекономічні та наднаціональні.

Мікроекономічні фактори включають:

- ємність ринку;
- постачальників;
- тип ринку за ознакою умов конкуренції;
- умови конкуренції на ринку ресурсів;
- стан логістичної інфраструктури.

До макроекономічних факторів ми віднесли:

- політичну стабільність;
- валютний курс;
- інфляцію;
- диверсифікованість джерел фінансування;
- правове регулювання;
- екологічну ситуацію;
- включеність у процеси науково-технічного прогресу;

- демографічні.

Фактори наднаціонального характеру містять:

- правила торгівлі;
- тарифні обмеження в країнах - торговельних партнерах;
- нетарифні обмеження в країнах - торговельних партнерах;
- світові ціни.

Групування зовнішніх факторів впливу на процеси формування конкурентного потенціалу представлено на рис. 2.1.

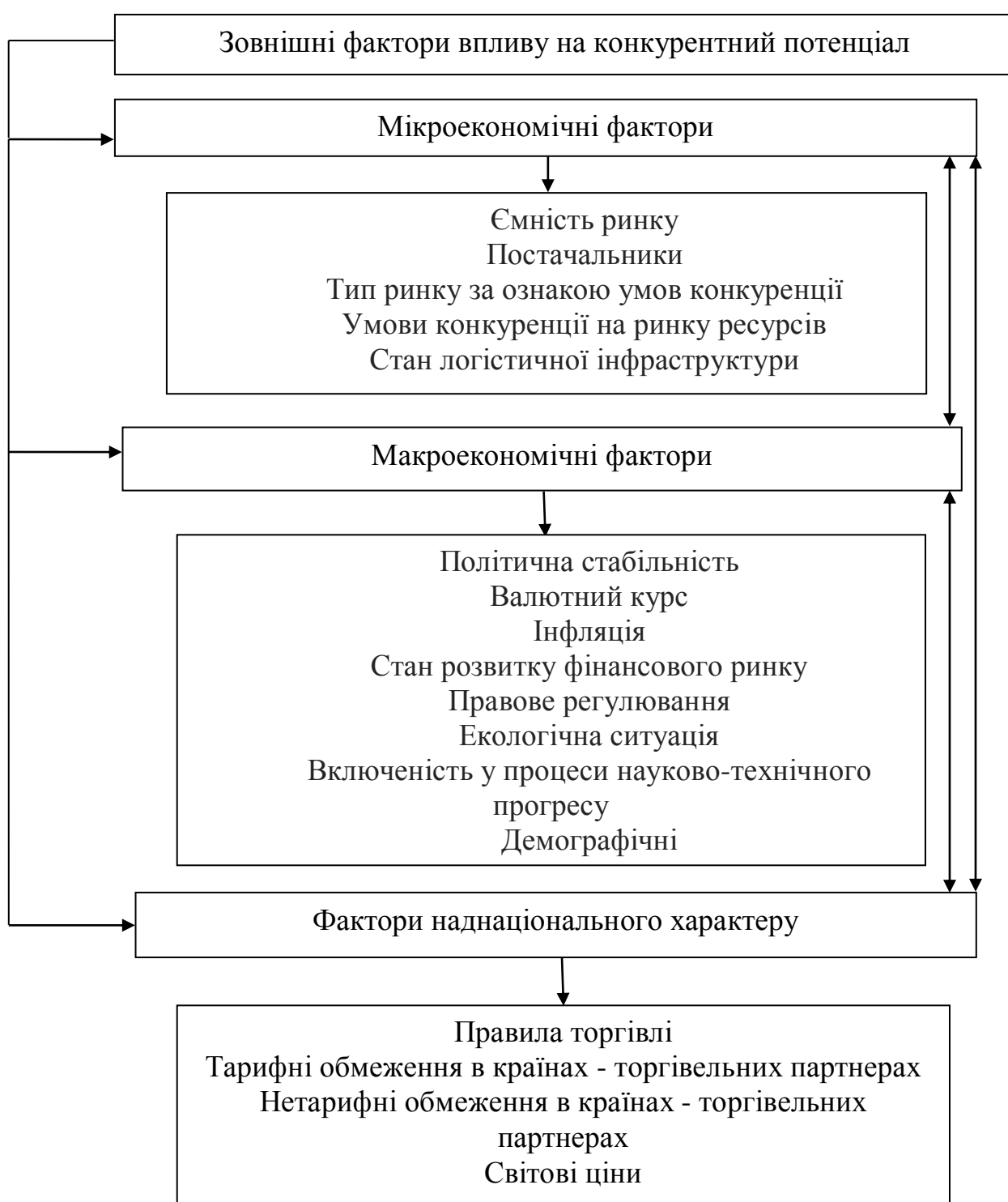


Рис. 2.1. Зовнішні фактори впливу на конкурентний потенціал

Ємність ринку. Основним фактором, що визначає ємність внутрішнього ринку, є купівельна спроможність населення, детермінована рівнем доходів. Аналіз статистичних даних призводить до невтішних висновків. Так, станом на 2019 рік Україна має найнижчу в Європі купівельною спроможністю на душу населення. Пересічний українець після сплати обов'язкових платежів може щороку витратити в середньому 1830 євро. Ця сума маже в 37 разів менша, ніж у середньому витрачає мешканець країни-лідера рейтингу Ліхтенштейну [17]. При цьому, витрати на продукти харчування та безалкогольні напої в Україні в 2019 році склали 46,6%. Це не відповідає загальносвітовим стандартам.

Тип ринку за ознакою умов конкуренції. Ринок сільськогосподарської продукції є найбільш наближеним до теоретичної моделі досконалої конкуренції. Її основними ознаками є наявність великої кількості суб'єктів; стандартна продукція, що пропонується для продажу; відсутність механізму впливу окремого виробника на ринкову ціну продукції; відсутність бар'єрів входу до галузі і виходу з неї; недоцільність використання методів нецінової конкуренції.

Стан логістичної інфраструктури. Основною проблемою для сільськогосподарських підприємств є невідповідність логістичних маршрутів та інфраструктури сучасним вимогам аграрного сектору. Цей висновок підтверджується аналізом складових Logistics Performance Index. Так, для України мінімальні оцінки отримали наступні фактори: рівень міжнародного транспортування, митні процедури, логістична інфраструктура.

Політична стабільність. Зазначений чинник є визначальним у визначенні структури та рівня політичних ризиків.

Валютний курс. Курси валют визначають відносну вартість національної продукції у міжнародній торгівлі. Падіння курсу національної валюти

призводить до зниження цін національних товарів на світовому ринку, підвищуючи їх конкурентоспроможність. При цьому, ціни зарубіжних аналогів зростають, що діє на користь українських товаровиробників.

Інфляція. Інфляція має неоднозначний вплив на конкурентний потенціал підприємств аграрного сектору. Як правило, ринок сільськогосподарської продукції відчуває на собі дію інфляції пропозиції, тобто внутрішні ціни на товари аграрного сектору підвищуються в результаті зростання цін на ресурси. Спостерігається збільшення частки витрат у ціні кінцевої продукції. Це у поєднанні з низькою купівельною спроможністю населення України має наслідком падіння попиту та зниження валового прибутку.

Стан розвитку фінансового ринку. Цей фактор є визначальним у процесах диверсифікації джерел залучення капіталу для потреб розвитку суб'єктів аграрного ринку, так як саме фінансовий ринок включає сукупність відносин та інститутів перерозподілу капіталу, локалізує операції з міграції та трансформації вільного капіталу. Зазначене функціональне призначення реалізується через інститути фінансової інфраструктури.

Правове регулювання. Правове регулювання аграрного ринку - це діяльність держави щодо встановлення обов'язкових для виконання норм (правил) поведінки суб'єктів аграрного виробництва. Правові методи управління є проявом дії адміністративних методів.

Особливістю України щодо механізму регулювання економіки в цілому і аграрної сфери, зокрема, є поширення і укорінення такого виду корупції як захоплення держави: створюються штучні бар'єри, як на ринках, так у політичній системі, знищуються стимули економічної діяльності і політичної активності у всіх, хто не належить до правлячої еліти. Отже, на перший план виходять групи впливу, а також діяльність так званого «аграрного лоббі».

Екологічна ситуація. Глобальне потепління, що проявляється у підвищенні середніх температур, зміні режиму опадів, зростанні екстремальних погодних явищ, підвищенні шкоди, що завдається шкідниками і хворобами, має потенціал переформатування аграрного ринку. Україна має перспективи

використати порівняльні переваги і рівень конкурентоспроможності сільського господарства та виграти від глобального потепління країн, значно наростивши обсяги експорту продовольства на світові ринки.

Включеність у процеси науково-технічного прогресу. Важливий вплив на конкурентний потенціал аграрних підприємств має рівень техніко-технологічної оснащеності виробничих і логістичних процесів. Розмір прибутку (за умови відсутності впливу на рівень ринкових цін) визначається витратами. Останні ж є похідною від технологій, що застосовуються в умовах виробництва і доведення продукції до споживача.

Демографічні. Демографічна ситуація в країні формується відповідно до відтворення населення та міграційних процесів. В Україні спостерігаються процеси депопуляції, демографічна структура порушилась в бік старіння населення, посилилася нерациональна міграція.

Правила торгівлі. Лібералізація національного зовнішньоторговельного режиму, а також режимів країн-членів ВТО відносно України як її учасника, вплинули на конкурентоспроможність продукції аграрного сектору.

Тарифні обмеження в країнах – торговельних партнерах Тарифні методи використовуються для підтримки вітчизняного виробника товарів і реалізують свою дію через вплив на фінансові результати діяльності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності шляхом здешевлення експорту і подорожчання імпорту.

Світові ціни. Відкритість економіки України актуалізує вплив світової кон'юнктури на ціноутворення. Це, в першу чергу, стосується експортних культур. Українські виробники не мають змоги використовувати інструменти управління ціновими ризиками. Недостатній розвиток ринкової інфраструктури (валютного ринку, біржового ринку, логістичної системи), а також відсутність потужного спекулятивного капіталу зумовлюють ситуацію, за якої міжнародні трейдери, які оперують в Україні, а також великі агрохолдинги надають перевагу іноземним майданчикам при хеджуванні цінових ризиків.

РОЗДІЛ 3

СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

3.1. Науково-методологічні засади формування конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу

Підвищення рівня відкритості економіки призводить до посилення конкурентної боротьби на внутрішньому і зовнішньому ринках через можливість вільного проникнення на них чисельних конкурентів внаслідок поширення глобалізаційних і інтеграційних процесів. Внаслідок цього підприємства вимушені шукати шляхи посилення своїх конкурентних позицій, утримання існуючих часток ринку й пошуку нових, вдосконалювати існуючі конкурентні стратегії. В ході цієї діяльності вимагає аналізу рівень і ступінь досконалості конкурентних переваг підприємств. Незадовільний рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції вимагає кардинального перегляду існуючих підходів до її забезпечення, що передбачає перегляд конкурентних стратегій і вдосконалення конкурентних переваг. Для кожної галузі народного господарства пошук зазначених шляхів відчутно відрізняється, так як залежить від параметрів ринку, стану конкурентної боротьби, поточного рівня конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках тощо.

Дослідники надають ряд підходів до розуміння змісту конкурентних переваг. Узагальнення існуючих класифікацій підходів надано у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Класифікації підходів до визначення сутності та змісту конкурентної переваги

Автори	Ю. Б. Іванов та інші; І. В. Причепа	В. С. Гуменюк	Г. Т. П'ятницька та інші	І. В. Шаповалова
Підходи	Ресурсний		Ресурсний	Ресурсно-витратний
	Ціннісно-компетентнісний	Ціннісно-орієнтований		Ціннісно-компетентнісний
		Компетентійний		
	Компаративний	Маркетинговий		
		Процесний		
		Факторно-результативний		
			3 позиції потенціалу підприємства	
				Якісний
			Адаптивно-інноваційний	

Як бачимо з проведеного узагальнення серед дослідників відсутня методологічна однорідність розуміння змісту конкурентної переваги. Серед розглянутих визначень, можна зазначити, що науковці оперують їх джерелами, характером виникнення і фактом безпосередньої фіксації як оціночної категорії. Для ілюстрації взаємодії розглянутих елементів представимо таку схему (рис. 3.1).

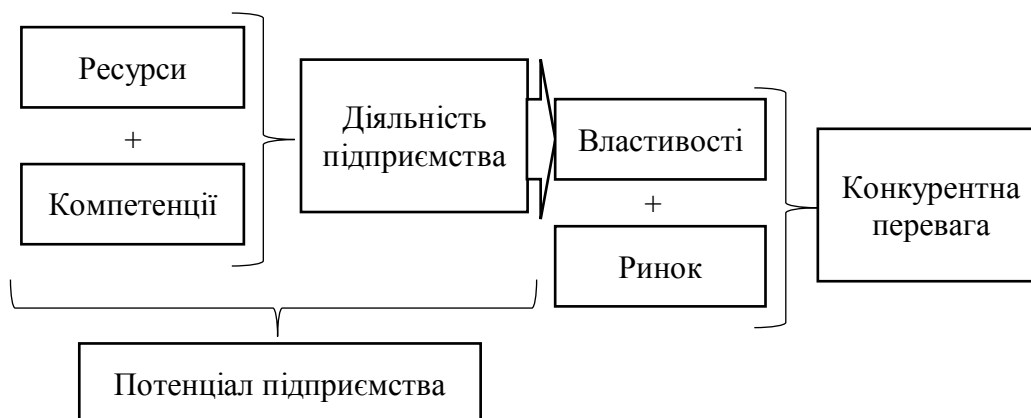


Рис. 3.1. Структурна схема змісту конкурентної переваги

На основі проведеного аналізу варто представити узагальнення підходів до детермінації джерел конкурентних переваг, що дозволяє виокремити безпосередньо джерела конкурентних переваг і їх сфери (рис. 3.2).

Найбільш розгалуженим виступає ресурсний підхід, так як він націлений на пошук джерел конкурентних переваг всередині підприємства, які за останній час значно варіювалися, розвинувшись від стандартного розгляду набору ресурсів до форми стратегічних активів, представлених унікальними правами на об'єкти інтелектуальної власності й рідкісними ресурсами.

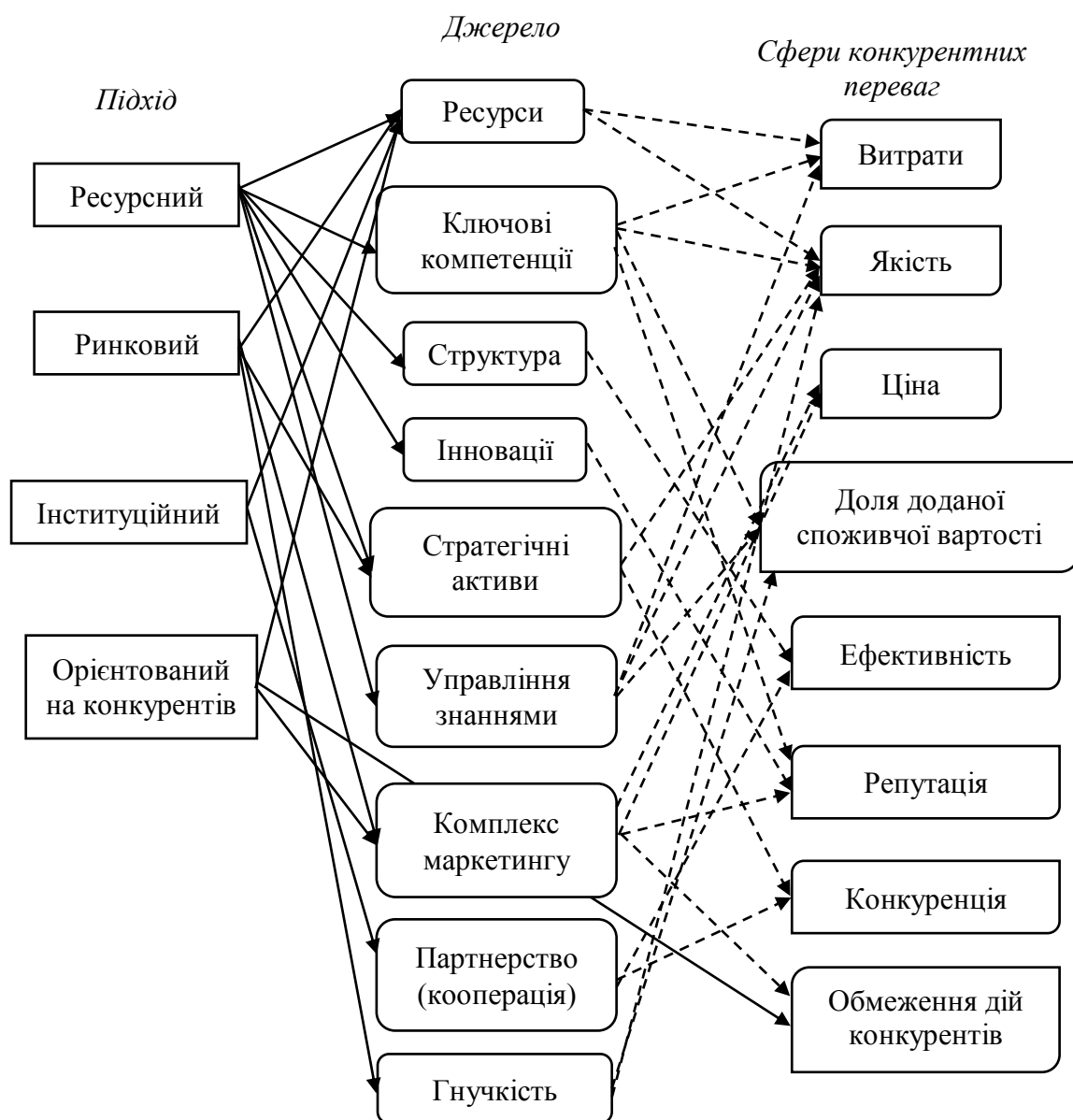


Рис. 3.2. Схема детермінації джерел та сфер конкурентних переваг

В організаційному плані будь-яке підприємство матиме більше шансів сформувати стійкий конкурентні переваги, якщо приділятимуть увагу формуванню внутрішніх організаційних здатностей і компетенцій кадрів, що передбачає впровадження системи постійного навчання й розвитку персоналу, створення сприятливого клімату для раціоналізаторства й ініціативного технічного вдосконалення, впровадження системи підтримки накопичення та розвитку соціального капіталу, який виступає головним розповсюджувачем внутрішнього інтелектуального капіталу підприємства. Особлива увага має приділятися формуванню стійких позитивних зв'язків і зовнішніми контрагентами, особливо з постачальниками й дистриб'юторами. Це дозволяє отримувати цінні стратегічні активи.

Створення колективних конкурентних переваг в ході побудови партнерських відносин на ринку виступає найновішим джерелом, яке дозволяє використовувати зовнішнє середовище для забезпечення розвитку підприємства.

Таким чином, під конкурентною перевагою варто розуміти результат позиціонування підприємствами власної продукції на конкретному ринку, яка за параметрами характеристик і властивостей перевищує аналоги конкурентів, маючи більшу прихильність споживачів. Конкурентна перевага відображає ефективно реалізований конкурентний потенціал підприємства.

Узагальнення груп джерел створення конкурентних переваг дозволило виділити такі: економічні, які об'єднують внутрішньоорганізаційні, зовнішні й ресурси; структурні у формі горизонтальної і вертикальної інтеграції; науково-технічні й технологічні; географічні; неправові; інституційні; інфраструктурні.

3.2. Роль факторних умов і підтримуючих галузей у формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств

Підприємство функціонує у зовнішньому середовищі, конкуруючи в галузі з наявними конкурентами, враховуючи можливість входження на ринок нових конкурентів під впливом потенціалу постачальників і споживачів. Крім того існує множина чинників зовнішнього середовища непрямого впливу, яке стосується загальноекономічної ситуації в країні, ринку праці, глобалізаційних і інтеграційних тенденцій, регуляторного впливу держави й міжнародних інституцій. Конкурентні переваги формуються на ринку як результат реалізації виваженої стратегії розвитку, яка враховує як ключові компетенції, так і множину наявних ресурсів. Також успішність конкурентної діяльності залежить від розуміння можливостей використання сприятливих передумов зовнішнього середовища та уникнення несприятливих. Знаходження підприємства в галузі й характер розвитку останньої відчутно обумовлюють політику створення конкурентних переваг, що вимагає врахування особливостей галузі, зокрема сільського господарства.

Розгляд формування конкурентних переваг підприємств сільського господарства в контексті діяльності галузі обумовлений тісним взаємозв'язком між джерелами їх конкурентних переваг. Враховуючи рівень і структуру продукції, особливо тієї, яка експортується, конкурентоспроможність залежить переважно від факторних умов, представлених унікальними природними ресурсами. Крім того поширення інтеграційних і глобалізаційних тенденцій і збільшення обсягів зовнішньої торгівлі сприяють зближенню факторів розвитку підприємств із загальногалузевими.

Вплив чинника зовнішньоекономічної активності призвів до вдосконалення запропонованого ромбу фінськими економістами, які й додали до впливу уряду й випадкових величин чинник «Міжнародна ділова активність». Кожний із цих елементів значною мірою впливає на формування конкурентних переваг конкретної галузі. Тож для розробки методичного

забезпечення створення конкурентних переваг доцільно здійснити аналіз специфіки їх впливу.

Найвпливовіша складова – це факторні умови, які об'єднують множину традиційних ресурсів: капітал, земля, персонал, підприємницькі здатності. Щодо сучасних, та вони включають науково-інформаційний потенціал, інфраструктуру та фактори якості життя.

В цілому роль сільського, лісового й рибного господарства як галузі в народному господарстві за 2015-2019 рр. представлена в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Загальна характеристика сільського, лісового й рибного господарства

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП галузі (млрд грн)	106,56	109,79	128,74	161,15	239,81	279,70	303,95	361,17	385,07
Темпи приросту ВВП галузі		3,03	17,26	25,17	48,81	16,63	8,67	18,83	6,62
Доля у ВВП (%)	8,2	7,81	8,84	10,15	12,06	11,73	10,19	10,14	9
Частка в обсязі реалізованої продукції (%)	4,7	5,7	5,8	7,3	9,2	8,6	8	7,6	-
Кількість суб'єктів господарювання (тис. од.)	61,49	68,50	71,06	75,66	79,28	74,62	76,59	76,33	-
Експорт (млрд дол. США)	9,83	14,31	13,42	13,57	12,09	12,81	14,93	15,11	-
Імпорт (млрд дол. США)	3,3	4,45	4,86	3,46	1,87	2,15	2,36	2,7	-
Кількість найманих працівників (тис. осіб)	727,5	716,4	669,97	670,9	581,8	598,3	574,3	564,9	-
Частка найманих працівників галузі в загальній структурі (%)	8,1	8,08	7,87	9,18	8,83	9,07	8,56	7,97	-
Обсяг інвестицій (млрд грн)	16,47	18,88	18,59	18,80	30,15	50,48	64,24	66,10	59,13
Темпи приросту	-	14,63	-1,54	1,13	60,37	67,43	27,26	2,90	-10,54

Вирішальними залишаються земельні ресурси. В Україні знаходиться близько чверті всіх чорноземів планети. На разі саме із цим ресурсом склалася найскладніша ситуація. Зараз за оцінкою експертів налічується близько 42 млн га земель сільськогосподарського призначення, з яких близько 75% знаходиться в приватній власності, 24% – в державній, 1,06% – в комунальній і 0,04% – в колективній [Ошибка! Источник ссылки не найден.]. В цілому обсяг посівних площ сільськогосподарських культур під зерновими й зернобобовими зріс з 2000 р. до 2018 р. на 8,7%, а під технічними культурами – на 121%, що поряд із скорочення земель під картоплею, культурами овочевими й баштанними на 19,85% призвело до збільшення питомої ваги посівних площ для технічних культур з 15,41% до 33,45%. Найгіршим показником варто вважати безпрецедентне скорочення площі під кормовими культурами з 7063 тис. га до 1769 – тобто у 4 рази, що обумовлено скороченням площ однорічних трав у 5,22 рази, кормової кукурудзи – у 7,44 рази й багаторічних трав – у 3,24 рази.

Все це є наслідком порушення балансу між рослинництвом і тваринництвом: так як питома вага останнього стрімко скорочується, не забезпечуючи таким чином належного надходження органічних добрив у рослинництво й порушуючи баланс використання земель.

Наступною складовою факторних умов виступають фінансові ресурси.. Обсяг інвестицій за досліджуваний період найбільше збільшився у 2015-2016 рр. – більш ніж на 60%, що свідчить про відчутне зростання потенціалу. У 2017 р. темпи значно зменшилися, а у 2018 взагалі майже зупинилися. У 2019 році як відображення кризових тенденцій спостерігається від’ємне значення приросту.

Іншою важливою факторною умовою виступають інновації. Підприємства аграрного сектору в переважній більшості реалізують удосконалення своєї діяльності в технологічному аспекті завдяки покупці сучасної техніки, що відображається в досить високих показниках оновлення машино-тракторного парку, особливо враховуючи кошторисність імпортової

техніки, яку купують вітчизняні аграрії. Інші напрямки інноваційного оновлення, представлені сучасними технологіями розвинуті значно менше.

Таким чином, на основі проведеного дослідження варто зробити такі висновки. По-перше, традиційні джерела конкурентних переваг, які розглядаються в контексті факторних умов, наразі є малоефективними в довгостроковій перспективі. При незмінному підході до вирощування основних сільськогосподарських культур продуктивність земель в найближчому періоді буде різко падати, що призведе до стрімкого скорочення врожайності, і як результат, до втрати фінансової стійкості більшості виробників. Це вимагає більш активного й розгалуженого впровадження інновацій та сучасних технологій в поточну діяльність для отримання бажаного рівня врожайності при збереженні та відтворення родючості ґрунтів. По-друге, перспективним напрямом конкурентних переваг варто вважати взаємодію суб'єктів аграрного ринку в рамках кооперації для реалізації масштабних стратегії розвитку. Розвиток логістичної інфраструктури й збільшення потужностей для зберігання можливо лише в рамках спільної діяльності суб'єктів при інституційній підтримці держави. По-третє, загроза втрати трудових ресурсів через неконкурентоспроможний рівень оплати праці може стати для вітчизняних виробників гострою проблемою реалізації поточної діяльності, що спричинить втрати та збитки і, як наслідок, призведе до втрати конкурентних позицій. По-четверте, подальший сталий розвиток аграрного сектору можливий лише за умови відтворення тваринництва як джерела органічних добрив, дотримання балансу використання земель і забезпечення продовольчої безпеки держави. В цілому суб'єкт аграрного бізнесу потребують значних інвестиційних ресурсів для реалізації інноваційної політики, що вимагає підтримки держави.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз ресурсного потенціалу й попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках виступають вирішальними орієнтирами вибору напрямів діяльності вітчизняних сільськогосподарських виробників, складаючи таким чином левову частку конкурентного потенціалу. Це дозволяє розглядати конкурентний потенціал аграрного підприємства як похідну економічну категорію від взаємодії ресурсного потенціалу, функціонального і ринкового потенціалів підприємства, де на першому рівні знаходяться параметри ресурсного й ринкового потенціалів, обмеження за якими створюють границі для сільгоспвиробників, на другому рівні знаходиться функціональний потенціал підприємства, і вже на третьому – конкурентний потенціал, який об'єднує всі елементи внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства для реалізації поставлених цілей конкурентної боротьби

2. На основі узагальнення існуючих підходів до розуміння змісту інвестиційної діяльності визначено її основні риси для суб'єктів агробізнесу: їх залежність від власних коштів як джерела інвестицій, які формуються з амортизаційних відрахувань, нерозподіленого прибутку, страхових відшкодувань і надлишків коштів; тривалий виробничий цикл, особливо у тваринництві; непривабливість і ризикованість кредитування аграрного сектору через залежність від природно-кліматичних умов і сезонність, значну кредиторську заборгованість, недостатність ліквідного забезпечення кредитів, невідповідність потреб суб'єктів агробізнесу в кредитних ресурсах і можливостях фінансової системи; вища спроможність реалізовувати інвестиційну діяльність великим інтеграційним агроформуванням. Ключовими чинниками впливу на інвестиційний клімат діяльності суб'єктів агробізнесу є залежність від природно-кліматичних умов, потреба у державній підтримці, необхідність розвитку соціальної сфери та інфраструктури.

3. З метою розробки інструментарію управління конкурентним потенціалом суб'єкта агробізнесу була запропонована його структура, яка

об'єднує внутрішні та зовнішні складові, де перші представлені функціональним потенціалом, який віддзеркалює спроможність підприємства як соціально-економічної системи створювати конкурентоспроможну продукцію і отримувати стійкі конкурентні переваги, а другі включають ресурсний і ринковий потенціали, взаємодія яких формує економічний потенціал підприємства.

4. Для обґрунтування ефективних рішень щодо розвитку конкурентного потенціалу та підвищення ефективності його використання необхідне належне методичне забезпечення визначення його рівня. Проведений аналіз чисельних підходів до його оцінювання дозволяє стверджувати, що одностайне розуміння серед авторів відсутнє. Для досягнення поставлених цілей дослідження, відповідно до структури конкурентного потенціалу запропоновано методичний підхід до його оцінювання, який об'єднує зовнішні та внутрішні компоненти.

5. В розрізі забезпечення конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу здійснено аналіз впливу чинників безпосереднього оточення, розглянутих за структурою конкурентного ромбу М. Портера. Експертне оцінювання та аналіз динаміки функціонування підтримуючих і споріднених галузей, рівня факторних умов, внутрішньогалузевої конкуренції, параметрів внутрішнього попиту і державної підтримки галузі дозволила встановити вирішальний вплив саме факторних умов, виставлених земельними, водними, фінансовими та людськими ресурсами, інноваціями та інфраструктурою. Найменший вплив мають підтримуючі та споріднені галузі через високий рівень їх імпортозалежності, що негативним чином впливає на собівартість продукції сільськогосподарських товаровиробників і стримує формування конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу. Доведено наявність нереалізованого резерву ємності внутрішнього ринку через недоспоживання населенням України ключових продуктів харчування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агропорт Україна. Аграрна Бізнес-Екосистема. URL: <https://agroport.ua/>
2. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління стратегічним потенціалом підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Антонюк ; Вінниц. нац. техн. ун-т. - Вінниця : ВНТУ, 2012. – 167 с.
3. Азоєв Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г.Л. Азоєв. – М. : ЦЭИМ, 2001. – 207 с.
4. Альшулер И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации / И.Г. Альшулер. – М. : Вершина, 2006. – 232 с.
5. Амосов О. Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку підприємства. Економіка та управління підприємством. 2011. №3. С. 79–84.
6. Артеменко Л. П. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л. П. Артеменко, А. С. Піддубна // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - 2015. - № 12. - С. 259-264.
7. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. № 36. С. 23–26.
8. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. 294 с.
9. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Бельтюков Є. А., Л. А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – 2014. – № (12). – С. 6 – 13.

10. Благун І. С. Концептуальні засади формування конкурентної стратегії підприємства / І. С. Благун, Л. В. Гринів // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – № 3 (15). – С. 3–11.

11. Воронкова А. Є. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монографія; 2-е изд. Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2004. 320 с.

12. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2001. – № 4. – С. 76–80.

13. Гриньов А.В., Шульженко В.В. Засади системного управління конкурентним потенціалом підприємства. *Ефективна економіка*. 2010. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=138>.

14. Гросул В. А. Управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі : монографія / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва, А. В. Янчев. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 244 с.

15. формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. К.: ІПК ДСЗУ, 2010. 212 с.

16. Данько Ю. І. Формування систем забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2016. 301 с.

17. Дубницький В. І. Конкурентоспроможність і базові поняття конкурентного аналізу: сучасні напрями наукових досліджень [Електронний ресурс] / В. І. Дубницький, О. Г. Нефедова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. - 2019. - Т. 30(69), № 5(1). - С. 57-67.

18. Дуброва О. С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства / О. С. Дуброва. // Ефективна економіка. - 2010. - № 8. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_8_9.

19. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, № 49, ст. 527). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text>

20. Зінов'єв Ф. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентних переваг садівницьких підприємств / Ф. В. Зінов'єв, К. М. Речка // Таврійський державний агротехнологічний університет. – 2012. – С. 67-73.

21. Зозулев А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия / А. Зозулев // Экономика Украины. – 2003. – № 8. – С. 33–38.

22. Зоря С. П. Удосконалення механізму формування та вибору конкурентних стратегій аграрних підприємств / С. П. Зоря. – К. : Юрінком Інтер. – 2014. – №10. – С. 69-75.

23. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : научное издание /Колл. авторов. – Харьков : ХНЭУ, 2004. – 256 с.

24. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: [моногр.] / Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, О.Ю. Иванова. – Харків: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

25. Иванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : Монографія / Ю.Б. Иванов та ін.; За заг. ред. Ю.Б. Иванова ; ХНЕУ. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006 – 383 с.

26. Кириченко О. М., Мігдальський А. В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5428>

27. Кирчата І. М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Маріуполь: ПрДТУ. 2007. 28 с.

28. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія.ь Харків: ХНАДУ, 2009. 160 с.

29. Клименко Н. А. Конкурентна стратегія: сутність та класифікація / Н. А. Клименко // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2007. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/node/218>
30. Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О. та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2008. 520 с.
31. Кныш М. И. Конкурентные стратегии. / М. И. Кныш – СПб., 2000. – 212 с.
32. Косянчук Т. Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. 2013. Вип. 23. С. 51-54.
33. Кошелупов І. Ф. Система конкурентних стратегій підприємства / І. Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2009. – Вип. 36. - С. 90-96.
34. Краузе О. І. Моделювання конкурентної стратегії підприємства в умовах невизначеності середовища господарювання / О. І. Краузе // Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – 2009. – № 1 (13). – С. 100–106.
35. Кузьминчук Н. В. Конкурентний статус підприємства: теоретичний аспект / Н. В. Кузьминчук, О. Ю. Терованесова // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2014р. // Нац. гірничий ун-т. У 2-х частинах. – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – Ч. 1. – 188 с.
36. Кулешова Г. М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві. Економіка АПК. 2008. № 3. С. 126–132.
37. Кучкова К. О Конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах господарювання / К. О. Кучкова // Ефективна економіка. – 2018. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>

38. Макаренко М. В. Механізм управління формуванням конкурентних переваг регіону [Електронний ресурс] / М. В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 3. - С. 215-223.

39. Матвеев В. В. Методи оцінки конкурентного потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2630>.

40. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. Agricultural and resource economics: international scientific e-journal. 2018. Vol. 4, № 2. С. 97-114.

41. Мельник С. І. Основні напрямки формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах: [монографія] / С. І. Мельник. – Луганськ: Ноулідж, 2010. – 368 с.

42. Микитюк О. П. "Конкурентні переваги підприємств в коопераційних відносинах." Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка (2013). № 10. (151). С. 83-88.

43. Николук О. М., Полянко В. Б. Оцінка використання конкурентного потенціалу сільськогосподарського підприємства. Інноваційна економіка. 2015. № 4. С. 112-117.

44. Оболенцева Л. В. Конкурентоспроможність та ключові фактори успіху в контексті "економіки знань" / Л. В. Оболенцева // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Економічна. - 2011. - № 970. - С. 134-139.

45. Олехнович Г. И. Конкурентная стратегия на мировых рынках / Г.И. Олехнович. – М.: Изд. деловой и учебной литературы, 2005, – 256 с.

46. П'ятницька Г. Т. Конкурентні переваги підприємств: визначення та джерела формування / Г. Т. П'ятницька, А. М. Предсін, О. В. Рябова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2014. - Вип. 1. - С. 235-248.

47. Пасько М. І., Семенюта Ю. В. Управління конкурентним потенціалом підприємства. Конкуренентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : Тези доповідей : ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. С. 214-218.

48. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів; пер. з англ. І. Гнатковська, І. Ємельянова. – К.: Наш Формат", 2019, – 624 с.

49. Портер М. Конкуренция.: уч. пос. Москва: Вильямс, 2001. 425 с.

50. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 234 с.

51. Причепя І. В. Проблеми формування конкурентних переваг підприємства / І. В. Причепя, К. О. Стелюк // Економічний простір. - 2013. - № 80. - С. 248-256.

52. Романюк М. Джерела конкурентної переваги фірми – структура та методи визначення / М. Романюк, О. Добровенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 138. – С. 42-45.

53. Сачинська Л.В., Бедін О.В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка. Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. Збірник наукових праць. Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012. URL: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/33.pdf.

54. Селезньова Г. О. Конкурентні переваги підприємства: джерела та чинники формування / Г.О. Селезньова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №15. – С. 311 – 316. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/105.pdf>

Додаток 1

Анотація наукової роботи «Сфера конкуренції»

Актуальність теми. Для аграрного сектору, як ключової сукупності галузей національної економіки, сучасні тенденції інноваційного розвитку, крім позитивних результатів, створюють додаткові складнощі в екологічному розрізі, обумовлюючи потребу у врахованні всіх аспектів діяльності суб'єктів аграрного бізнесу та ступеню антропогенного впливу. Багаторівневість зовнішнього середовища й складні причинно-наслідкові зв'язки між його чинниками, які обумовлюють вибір конкурентної стратегії для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в системі інноваційно-інвестиційного розвитку, відіграє вирішальну роль у детермінації напрямів формування та використання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу. Вище зазначене обумовлює та підтверджує актуальність дослідження.

Незважаючи на велику кількість науково-прикладних напрацювань в означеному напрямі дослідження, питання управління конкурентним потенціалом суб'єктів агробізнесу в системі інноваційно-інвестиційного розвитку залишається недостатньо проробленими, що і обумовило вибір теми наукового пошуку.

Мета і завдання дослідження. *Мета дослідження* полягає в обґрунтуванні та розробці теоретичних засад, методологічного та методичного забезпечення, а також множини рекомендації щодо управління конкурентним потенціалом суб'єктів агробізнесу в системі інноваційно - інвестиційного розвитку.

Досягнення цієї мети обумовило необхідність постановки та вирішення комплексу таких завдань:

- обґрунтувати науково-методологічні засади детермінації конкурентного потенціалу підприємства;
- визначити напрями інвестиційної діяльності в забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів агробізнесу;

- запропонувати методологічні засади управління конкурентним потенціалом суб'єктів аграрного бізнесу відповідно до його структури;
- розробити методичний підхід до оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу;
- здійснити моделювання непрямого впливу факторів зовнішнього середовища на формування та використання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу;
- визначити рівень функціональної складової конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу;
- визначити вплив чинників прямої дії на створення конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу;
- здійснити ідентифікацію можливостей підвищення конкурентоспроможності в менеджменті суб'єктів агробізнесу;

Методи дослідження. Поставлені мета і завдання дослідження досягаються використанням системи загальнонаукових і спеціальних методів: *діалектичного методу* – для обґрунтування та узагальнення підходів і концепцій щодо розуміння конкурентного потенціалу, сутності конкурентних переваг та інструментів управління ними; *інструментарію кіл Ейлера* – для детермінації природи конкурентного потенціалу підприємства; *теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу* – для детермінації напрямів інвестиційної діяльності в забезпечення інноваційного розвитку суб'єктів агробізнесу; *аналіз середніх значень* – для доведення статистичної значущості між групами підприємств за інтегральним значенням показника функціональної складової конкурентного потенціалу; *експертного оцінювання* – для визначення впливу складових «конкурентного ромбу» М. Портера на формування конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу

Ключові слова: конкуренція, конкурентний потенціал, конкурентна перевага, управління конкурентним потенціалом, конкурентна стратегія, механізм управління конкурентним потенціалом, суб'єкти агробізнесу, конкурентоспроможність