

УДК 339.137.2

М. А. Місевич,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування імені М. П. Поліщука, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир

ORCID ID: 0000-0002-2018-4834

В. М. Ходаківський,

к. е. н., доцент кафедри економіки і підприємництва, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир

ORCID ID: 0000-0003-3913-7461

Р. С. Прус,

магістрант кафедри менеджменту організацій і адміністрування імені М. П. Поліщука, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир

ORCID ID: 0000-0001-5735-4297

А. Г. Суханова,

магістрант кафедри менеджменту організацій і адміністрування імені М. П. Поліщука, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир

ORCID ID: 0000-0001-5657-9152

DOI: 10.32702/2306-6792.2019.21.93

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ВИСОКОТОВАРНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. Mysevych,

PhD in Economics, assistant professor of the Department of management organizations and administration by M. Polishchuk, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr

V. Khodakyvskyy,

PhD in Economics, assistant professor of the Department of economics and business, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr

R. Prus,

Master of the the Department of management organizations and administration by M. Polishchuk, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr

A. Suhanova,

Master of the the Department of management organizations and administration by M. Polishchuk, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr

THE FORMATION OF AN EFFECTIVE SYSTEM OF MANAGEMENT FOR THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF HIGH-VALUE AGRICULTURAL ENTERPRISES

У статті розглядаються чинники, що впливають на формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції у високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області, зокрема цінові, якісні параметри, собівартість, рентабельність. Визначено основні етапи системи оцінки та управління конкурентоспроможністю продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств. Акцентовано увагу на диверсифікації процесу виробництва як одного з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції цих підприємств. Важливе значення для диверсифікації зазначених підприємств має оптимізація процесу виробництва продукції. Виявлено, що підвищенню обсягів реалізації конкурентоспроможної продукції високотоварних сільськогосподарських товаровиробників регіону дослідження сприятиме створення на таких підприємствах аграрних маркетингових служб, що будуть займатися вирішенням багатьох питань щодо просування продукції від товаровиробників до посередників та кінцевих споживачів.

The article examines the factors that affect the formation of an effective system of management for the competitiveness of agricultural products of high-value agricultural enterprises of Zhytomyr region, in particular price, qualitative parameters, cost, profitability. The features of competitive environment of highly commodity agrarian enterprises of Zhytomyr Region have been investigated. The economic evaluation of the resource potential and the economic efficiency

of the agrarian production of highly commodity agrarian enterprises have been done and analyzed. The main factors influencing the competitiveness of these enterprises have been revealed. The ways of competitiveness's raising of highly commodity agrarian enterprises have been offered on the basis of the effective providing with the resources and their using, the forming of the effective management system of the agrarian production, the ratio of commodity's raising. The main stages of the system of evaluation and management of the product's competitiveness of high-value agricultural enterprises are determined. Attention is paid to diversification of the production process as one of the main ways of increasing the competitiveness of production of these enterprises. Optimization of the production process is important for the diversification of these enterprises. The provision of additional services that can be offered by high-value agricultural enterprises is the final stage of diversification for them. The main ways to increase the competitiveness of these enterprises of the region by expanding the scope of services are: renting other agricultural machinery enterprises; processing of land plots by the agricultural machinery of these enterprises; provision of services for the application of organic and mineral fertilizers; use of transport, which is on the balance sheet of enterprises, for the needs of the population. It was found that increasing the sales volume of competitive products of high-value agricultural producers in the study area will be facilitated by the creation of agrarian marketing services at these enterprises, which will deal with many issues regarding the promotion of products from producers to intermediaries and end consumers.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ефективність, рентабельність, трудомісткість, собівартість, високотоварні сільськогосподарські підприємства, конкурентоспроможність продукції.

Key words: competitiveness, efficiency, profitability, complexity, cost price, high-quality agricultural enterprises, competitiveness of products.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сільське господарство є однією із пріоритетних галузей економіки Житомирської області. Серед найгостріших проблем ефективного функціонування аграрної сфери слід виділити забезпечення формування ефективної системи управління конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств.

Високотоварне сільськогосподарське підприємство, маючи найвищий рівень потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності, не може вважатися конкурентоспроможним, якщо його потенціал не реалізується в конкурентоспроможну товарну продукцію. Одним із чинників конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств у короткостроковому періоді є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської товарної продукції. Необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції зумовлена важливістю цієї продукції для даних підприємств, що передбачає організацію комплексної системи оцінки та управління конкурентоспроможністю даної продукції, яка поєднує не тільки процес виробництва сільськогосподарської продукції, а й підприємства — постачальники ресурсів та перспективні ринки збуту даної продукції. Отже, доцільним є дослідження поняття конкурентоспроможності продукції, що здійснює значний вплив на рівень загальної конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Зовнішнім критерієм конкурентоспроможності підприємства під час їхньої діяльності на різноманітних ринках виступає конкурентоспроможність продукції. У загальному плані конкурентоздатність в окремих джерелах визначається як:

— властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на цьому ринку [5, с. 86—87];

— властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з наявними там аналогічними товарами, послугами й конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [6, с. 102—103].

Конкурентоспроможність товару (продукції) — це багатоаспектне поняття, яке означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама та ін.) [4, с. 11—12].

Науковий аналіз літературних джерел, в яких висвітлюється питання конкурентоспроможності товару дає змогу сформулювати трактування конкурентоспроможності товару (продукції) як співвідношення споживчих, маркетин-

гових та економічних характеристик, що поряд із властивими продукції атрибутами й організаційними факторами дозволяють їй задовольняти вимоги споживачів на більш якісному рівні за належної ціни, ніж продукція конкурентів [3].

Товар є конкурентоспроможним, якщо він володіє певними характеристиками, які враховуються споживачами під час прийняття рішення про придбання товару. Витрати, які внаслідок недостатньо глибокого аналізу попиту споживачів спрямовуються на забезпечення якості товару, що не мають значення для споживачів, знижують його конкурентоспроможність через необхідність включення їх до ціни [2, с. 127]. На ринку сільськогосподарської продукції переважає нецінова конкуренція, що передбачає суперництво конкурентів за допомогою якісних параметрів, проведення заходів з формування попиту та стимулювання збуту тощо.

На думку Балабанової Л.В., якість являє собою базис конкурентоспроможності товару, і тільки в разі певних надзвичайних ситуацій на ринку за низької купівельної спроможності неякісні товари можуть бути конкурентоспроможними. Але конкурентоспроможність включає лише ті фактори якості, які являють інтерес для основної групи споживачів даного товару і сприяють задоволенню конкретної потреби [1, с. 93—94].

Шевельова С.О., досліджуючи поняття якості й конкурентоспроможності продукції, прийшла до висновку, що конкурентоспроможність — важлива ринкова категорія, що відбиває одну з істотних характеристик ринку — наявність змагальності між його суб'єктами. Якість — це категорія, властива не тільки ринковій економіці [7, с. 126—128].

На нашу думку, головною принциповою відмінністю між якістю та конкурентоспроможністю продукції є те, що якість може бути визначена ще в процесі виробництва продукції, а конкурентоспроможність — лише покупцями, які оцінюють не тільки якісні, але й цінові фактори.

ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Завданнями дослідження є:

— оцінити ефективність виробництва конкурентоспроможної продукції у високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області;

— визначити чинники формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області.

Об'єктом дослідження є процес формування ефективної системи управління конкурен-

тоспроможністю продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області як одного із визначальних чинників забезпечення їх конкурентоспроможності в майбутньому.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Високотоварне сільськогосподарське підприємство, маючи найвищий рівень потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності, не може вважатися конкурентоспроможним, якщо його потенціал не реалізується в конкурентоспроможну товарну продукцію. Одним із чинників конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств у короткостроковому періоді є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської товарної продукції. Необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції зумовлена важливістю цієї продукції для даних підприємств, що передбачає організацію комплексної системи оцінки та управління конкурентоспроможністю даної продукції, яка поєднує не тільки процес виробництва сільськогосподарської продукції, а й підприємства — постачальники ресурсів та перспективні ринки збуту цієї продукції. Збирання інформації щодо аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників конкурентного середовища високотоварних сільськогосподарських підприємств регіону, вимог споживачів до продукції, яка випускається даними підприємствами та динамічні тенденції реалізації продукції на ринках є першим етапом системи оцінки та управління конкурентоспроможністю товарної сільськогосподарської продукції, оскільки ступінь її конкурентоспроможності визначають споживачі. Від результатів цього аналізу залежить напрям, у якому будь-яке високотоварне сільськогосподарське підприємство Житомирської області матиме можливість підвищувати конкурентоспроможність власної продукції (рис. 1).

Наступним етапом системи забезпечення високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції високотоварних підприємств повинна стати оцінка конкурентоспроможності аграрної продукції на ринку. Поняття такої оцінки включає такі стадії, до кожної з яких необхідно висувати певні вимоги:

1. Визначення системи показників конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, за якими проводитиметься оцінка,



Рис. 1. Комплексна система оцінки та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств

повинно включати тільки ті показники, які сприймаються однозначно, є незалежними один від одного, впливають на прийняття рішення про придбання сільськогосподарської продукції споживачами. Кількість цих показників не повинна бути занадто великою, щоб не ускладнити дослідження та збільшити вартість його проведення з метою недопущення отримання недостовірних результатів.

2. Визначення базової сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств регіону для порівняння. Оскільки поняття конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є відносним і визначається стосовно певної продукції на ринку, то для порівняння необхідно брати максимальне значення характеристик товарної сільськогосподарської продукції для сукупності високотоварних сільськогосподарських підприємств у даному конкурентному середовищі. Це призведе до обіймання цими підприємствами лідируючих позицій на ринку.

3. Оцінка питомої ваги факторів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств, що є найбільш важливим чинником у системі оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Для визначення питомої частки факторів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

потрібно враховувати їх компенсаційну природу. Достовірність такої оцінки підвищується завдяки здійсненню анкетування споживачів і товаровиробників та аналізу отриманих даних.

4. Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції високотоварних підприємств необхідно здійснювати розрахунком інтегральних індексів якості та ціни (індексний метод). Цей метод полегшить визначити загальний показник конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, збільшить достовірність отриманих результатів, дозволить зробити перспективні висновки щодо покращання якісних і цінових чинників продукції. Не менш важливим етапом є обов'язкова перевірка товарної сільськогосподарської продукції на відповідність усім санітарно-гігієнічним нормам.

5. Після визначення інтегрального показника конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств та конкурентоспроможності продукції найближчих їхніх конкурентів отримують інформацію про відносну конкурентоспроможність або не конкурентоспроможність товарної сільськогосподарської продукції на зазначеному ринку.

Наступним етапом у процесі управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції високотоварних під-

приємств повинні стати розробка і реалізація заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності такої продукції, виявлення слабких сторін конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції порівняно з базовою, розробку детальних пропозицій щодо забезпечення та підвищення її конкурентоспроможності. Одним з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції для високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області є диверсифікація процесу виробництва, яку можна визначити як об'єктивне явище розширення асортименту продукції та видів діяльності, які не пов'язані з її основним напрямом. Це особливо актуально в умовах невизначеності та зростаючих ризиків в аграрній сфері. Диверсифікація в сільському господарстві покликана знизити можливі ризики для того, щоб збільшити виручку сільськогосподарських підприємств та вийти на нові ринки збуту продукції. Оскільки диверсифікація ґрунтується на високому рівні розвитку продуктивних сил, впровадженні комплексної механізації та досягнень НТП і є новим етапом розвитку сільськогосподарських підприємств, її не слід співставляти зі спеціалізацією. В сучасних умовах диверсифікація в сільському господарстві є об'єктивним процесом, що є наслідком дії багатьох чинників конкурентного середовища. Диверсифікація збільшує виробничий цикл у сільському господарстві, призводить до ефективнішого використання трудових ресурсів і зменшує недоліки проявів сезонної праці.

Дослідження можливостей та наслідків диверсифікації на чотирьох високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області з різними показниками рівнів товарності (ПСП "Кремнянське" с. Кремно, Лугинського району; ПСПО "Браженське" Черняхівського району; ПАФ "Єрчики" с. Єрчики, Попільнянського району; ПОСП "Малоп'ятигірське" с. М. П'ятигірка, Андрушівського району) показало, що її впровадження має економічне значення в ПАФ "Єрчики" та ПСПО "Браженське". Диверсифікація підвищить конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції через зниження коливання цін на продукцію таких підприємств, і вони зможуть конкурувати за рахунок високих якісних показників власної продукції. Впровадження диверсифікації є недоцільним для високотоварних сільськогосподарських підприємств (ПСП "Кремнянське" та ПОСП "Малоп'ятигірське") через відтік великої кількості фінансів з процесу основного виробництва продукції, на якій

спеціалізуються зазначені підприємства, витрати додаткових коштів на перекваліфікацію персоналу та оволодіння ним новітніх технологій, значні витрати на пошук та дослідження нових ринків збуту тощо. У високотоварних сільськогосподарських підприємствах ПАФ "Єрчики" та ПСПО "Браженське" однією із основних культур є озима пшениця, виручка від реалізації якої становить відповідно 15% та 12% у структурі виручки підприємств. Оснащення даних підприємств високопродуктивними млинами забезпечить процес переробки пшениці на борошно безпосередньо на них. Ситуація на ринку борошна Житомирської області є такою, що невеликим переробним підприємствам неможливо конкурувати з великими підприємствами, які здійснюють сортовий помел борошна, пропонуючи житнє, кукурудзяне й соєве борошно високої якості за доступними цінами. Великі переробні підприємства користуються маркуванням власної продукції, реалізуючи її через фірмові магазини, ларки та ін. Борошно цих підприємств має високі якісні показники, низьку частку алейронового шару, оболонки, високі ступінь білизни, який забезпечується високою температурою його обробки. Оскільки в сучасних умовах високотоварні сільськогосподарські підприємства (ПАФ "Єрчики" та ПСПО "Браженське") не здатні конкурувати з великими переробними підприємствами через невідповідність якісних та цінових параметрів борошна, тому стратегія орієнтування на широкий ринок збуту не буде ефективною для даних сільськогосподарських підприємств. Високотоварні сільськогосподарські підприємства ПАФ "Єрчики" та ПСПО "Браженське" необхідно орієнтуватися на споживачів з рівнем середньомісячного доходу не більше 5200 грн, оскільки вони переважають у структурі споживачів ринку борошна Житомирської області, а вимоги до якості борошна у них нижчі, ніж у споживачів з доходом більше 5200 грн на місяць. Реалізовувати продукцію доцільно в сільських магазинах Попільнянського (для ПАФ "Єрчики") та Черняхівського районів (для ПСПО "Браженське"), а також безпосередньо в межах самих підприємств. Вартість 1 кг борошна планується встановити на рівні 10—15% нижче в порівнянні з вартістю 1 кг борошна, виробленого на великих переробних підприємствах, що призведе до зайняття значної частини ринку борошна Житомирської області.

Наступним етапом диверсифікації високотоварного сільськогосподарського виробництва передбачає отримання найбільших прибутків за рахунок оптимізації виробництва продукції рослин-

Таблиця 1. Оптимізація структури виробництва товарної сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області у 2019 р.

Високотоварне сільськогосподарське підприємство	Молоко		Озима пшениця		Цукрові буряки	
	частка в структурі товарної продукції, %	прибуток на 1 га, грн	частка в структурі товарної продукції, %	прибуток на 1 га, грн	частка в структурі товарної продукції, %	прибуток на 1 га, грн
ПАФ „Єрчики”	36	19,4	32	7,76	27	3,80
ПСПО „Браженське”	39	6,7	36	4,82	-	-
ПСП „Кремнянське”	17	-13,23	38	8,41	-	-
ПОСП „Малоп'ятигирське”	15	-5,16	33	9,74	12	2,09

Джерело: розраховано за даними річних звітів високотоварних сільськогосподарських підприємств ПАФ „Єрчики”, ПСПО „Браженське”, ПОСП „Малоп'ятигирське” та ПСП „Кремнянське”.

ництва та тваринництва. Внаслідок високої залежності сільського господарства від природно-кліматичних умов, процес виробництва різних типів сільськогосподарських культур являє собою певний вид подолання цих об'єктивних ризиків, що дозволить високотоварним сільськогосподарським підприємствам стабілізувати і спрогнозувати свою діяльність. Розмір прибутку від виробництва та реалізації різних видів сільськогосподарської продукції не є однаковим, тому перед високотоварними сільськогосподарськими підприємствами постає проблема збільшення власного прибутку шляхом виробництва найбільш рентабельних видів сільськогосподарських культур з метою забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності продукції. Для такої оцінки пропонується застосовувати показник розміру прибутку в розрахунку на 1 га посівної площі певної сільськогосподарської культури. Аналіз оптимальної структури виробництва озимої пшениці, цукрових буряків та молока за вищевказаним показником для високотоварних сільськогосподарських підприємств (ПАФ „Єрчики”, ПСП „Кремнянське”, ПСПО „Браженське”, ПОСП „Малоп'ятигирське”) наведено в таблиці 1.

Завершальним етапом диверсифікації для високотоварних сільськогосподарських підприємств є надання додаткових послуг, які можуть пропонуватися високотоварними сільськогосподарськими підприємствами. Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності досліджуваних підприємств регіону за рахунок розширення сфери послуг є: оренда іншими підприємствами сільськогосподарської техніки; обробка земельних ділянок населення сільськогосподарською технікою даних підприємств; надання послуг із внесення органічних та мінеральних добрив; використання транспорту, що знаходиться на балансі зазначених підприємств, для потреб населення тощо.

Підвищенню обсягів реалізації конкурентоспроможної продукції високотоварних сіль-

ськогосподарських товаровиробників регіону дослідження сприятиме створення на таких підприємствах аграрних маркетингових служб, що будуть займатися вирішенням багатьох питань щодо просування продукції від товаровиробників до посередників та кінцевих споживачів (рис. 2).

За умов надходження достовірної інформації щодо ситуації на аграрному ринку, яка визначає обсяги купівлі — продажу сільськогосподарської продукції на ньому, і сприяє налагодженню ділових стосунків між сільськогосподарськими виробниками, постачальниками ресурсів та споживачами продукції, аграрна маркетингова служба на високотоварних сільськогосподарських підприємствах працює ефективно. Ефективне функціонування аграрної маркетингової служби високотоварного сільськогосподарського підприємства прямо пропорційна рівню кваліфікації її працівників. Керувати аграрною маркетинговою службою повинні високкокваліфіковані спеціалісти, які спеціалізуються на особливостях виробництва, маркетингу, ціноутворення, товароруку і збуту продукції, реклами в сільському господарстві тощо. Кваліфікаційний склад аграрної маркетингової служби повинен формуватися із спеціалістів, які досліджують ситуації на аграрних ринках, товаровзнавців, спеціалістів із логістики та інформаційних систем, експедиторів тощо.

Оскільки в сучасних умовах в Житомирській області наявним є брак високкокваліфікованих спеціалістів із маркетингу в сільському господарстві, створення аграрних маркетингових служб на більшості високотоварних сільськогосподарських підприємств є нереальним. Тому спочатку пропонується створення відповідної служби при обласних та районних управліннях агропромислового розвитку. Впровадження аграрних маркетингових служб на високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області, коли їхній кадровий потенціал та економічні умови сприятимуть

цьому, дасть можливість організувати ефективний збут сільськогосподарської продукції та призведе до забезпечення і підвищення конкурентоспроможності зазначених підприємств.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Отже, реалізація запропонованих рекомендацій високотоварними сільськогосподарськими підприємствами регіону дослідження дозволить підвищити рівень поточної конкурентоспроможності за рахунок ефективного використання наявного ресурсного потенціалу, підвищення обсягів виробництва рентабельних видів продукції, і, навпаки, зменшення збиткових. Конкурентоспроможна товарна сільськогосподарська продукція та потенційна (ресурсна) конкурентоспроможність забезпечать високотоварним сільськогосподарським підприємствам високий рівень загальної конкурентоспроможності та сприятимуть їхньому гармонійному розвитку в ринкових умовах господарювання.

Подальші дослідження слід зосередити на проведенні детального аналізу факторів та чинників, що зумовлюють вплив на рівень поточної конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств регіону, зокрема проведення кореляційно-регресійного аналізу для виявлення зв'язків між досліджуваними факторами. Це дасть змогу визначити резерви для підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок наявних та залучених виробничих ресурсів.

Література:

1. Балабанова Л.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. — К.: Професіонал, 2006. — 448 с.
2. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві / Г.М. Кулешова // Економіка АПК. — 2008. — № 3. — С. 126—132.
3. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер: [пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина]. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.
4. Савчук В.І. Системи управління конкурентоспроможністю / В.І. Савчук, Д.А. Корж. — К.: Знання, 2002. — 310 с.
5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стра-



Рис. 2. Напрями діяльності аграрної маркетингової служби високотоварного сільськогосподарського підприємства

теги / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд [пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой]. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. — М.: Эксмо, 2004. — 544 с.

7. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу [Монографія] / С.О. Шевельова. — Тернопіль: Збруч, 2001. — 408 с.

References:

1. Balabanova, L.V. (2006), Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv [Strategic management competitiveness of enterprises], Professional, Kyiv, Ukraine.
 2. Kuleshova, G.M. (2008), "Competition and competitiveness in agricultural production", Ekonomika APK, vol. 3, pp. 126—132.
 3. Porter, M. (1993), Mezhdunarodnaja konkurencija [International competition], Mezhdunar. otnosheniya, Moskva, Rossija.
 4. Savchuk, V.I. (2002), Systemy upravlinnia konkurentospromozhnistiu [Systems of control competitiveness], Znannia, Kyiv, Ukraine.
 5. Tompson, A.A. Striklend, A.Dzh. Zajceva, L.G. Sokolova, M.I. (1998), Strategicheskij menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizacii strategii [Strategic management. The art of developing and implementing strategies], JuNITI, Moskva, Rossija.
 6. Fathutdynov, R.A. (2004), Upravlenie konkurentospobnost'ju organizacii [Management of competitiveness of the organization], Ek-smo, Moskva, Rossija.
 7. Shevel'ova, S.O. (2001), Konkurentospromozhnist' molochnoho pidkompleksu [Competitiveness of dairy subcomplex], Zbruch, Ternopil', Ukraine.
- Стаття надійшла до редакції 28.10.2019 р.