

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра „Економіка, менеджмент та комерційна діяльність”

Допущена до захисту:
Завідувач кафедри економіки,
менеджменту та комерційної діяльності

_____ Тетяна РЯБОВОЛИК
„_____” _____ 20__ р.

(протокол засідання кафедри ЕМ та
КД №_____ від „_____” _____ 20__ р.)

Кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

на тему: «Удосконалення конкурентоспроможності
сільськогосподарського підприємства»

Виконав(ла): здобувач вищої освіти

II курсу, групи МЕ-22М
спеціальності 073 «Менеджмент»
«Менеджмент бізнес-організацій»
(назва ОПП)

Тутевич Михайло Васильович
(прізвище, ініціали, підпис)

Керівник к.е.н., доцент, Рябоволик Т.Ф.
(наук.ст., вч.звання, прізвище, ініціали, підпис)

Рецензент _____
(прізвище, ініціали, посада)

м. Кропивницький – 2024 рік

ЗМІСТ	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1. Поняття та сутність конкурентоспроможності як об'єкту управління сільськогосподарського підприємства	8
1.2. Фактори забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства	19
1.3. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства	31
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТОВ «ГІРНИК» ТА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	43
2.1. Загальна характеристика діяльності СТОВ «ГІРНИК»	43
2.2. Аналіз фінансової та господарської діяльності досліджуваного підприємства	48
2.3. Оцінка конкурентоспроможності діяльності СТОВ «ГІРНИК»	63
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	72
3.1. Пропозиції щодо покращення конкурентоспроможності на СТОВ «ГІРНИК»	72
3.2. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК» та сільськогосподарських підприємств України	77
3.3. Обґрунтування економічної ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК»	81
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства є дуже важливою в сучасному економічному середовищі. З урахуванням постійних змін у світі сільського господарства, конкурентоспроможність стає ключовим фактором успіху для будь-якого сільськогосподарського підприємства. Тому, досить зрозуміло, чому актуальність удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства стає об'єктом досліджень та уваги фахівців у цій галузі.

В сучасному економічному середовищі сільське господарство стикається з численними викликами, такими як зміна клімату, обмежені ресурси, зростання населення і зміна споживчих уподобань. У зв'язку з цим, сільськогосподарські підприємства повинні постійно працювати над підвищенням своєї конкурентоспроможності, щоб ефективно конкурувати на ринку.

Щоб ефективно оцінити конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства, потрібно врахувати багато факторів, які можуть впливати на його успішність. Наприклад, такі, як рівень технологічного оснащення, науково-дослідницька база, кваліфікація персоналу, доступність фінансових ресурсів, логістика та багато інших. Крім того, важливо врахувати політичні, економічні та соціальні умови в країні.

Безумовно, конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства є важливим чинником його успіху, і дослідження цього питання є актуальним. Успішність у сільському господарстві обумовлена не лише виробництвом якісних продуктів, але й їх реалізацією та вмінням підприємства ефективно конкурувати на ринку.

Питанню удосконалення конкурентоспроможності підприємств сільського господарства висвітлено в роботах таких вчених-економістів як: І.Абрамової, Г.Андрійчука, А.Воронкової, П. Друкера, К. Ендруса, Ю.Іванова, Ф.Котлера, М.Мескона, М.Портера, Б.Рубіна, П.Тарнавської, А.Франіва та

інших вітчизняних і зарубіжних вчених. Однак, з врахуванням особливостей національної економіки, як теоретичні основи дослідження конкурентоспроможності підприємств, так і методи її оцінки вимагають більш комплексного аналізу та обґрунтування.

Метою роботи є узагальнення теоретичних та практичних аспектів удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, на прикладі СТОВ «ГІРНИК», яке виробляє сільськогосподарську продукцію та активно реалізує на внутрішньому ринку.

Для забезпечення досягнення мети роботи, необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) дослідити теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства та методичні підходи її оцінювання;
- 2) розглянути розширену організаційно-економічну характеристику сільськогосподарського підприємства;
- 3) провести глибокий аналіз показників ефективності діяльності підприємства;
- 4) провести оцінку конкурентоспроможності досліджуваного сільськогосподарського підприємства;
- 5) розробити дієві пропозиції щодо удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства в контексті розробки стратегії розвитку підприємства та його конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження було обрано СТОВ «ГІРНИК», яке відноситься до відомих сільськогосподарських підприємств Олександрійського району по виробництву сільськогосподарської продукції.

Предметом дослідження є фінансові та економічні показники діяльності СТОВ «ГІРНИК» та зокрема його показники конкурентоспроможності.

Методи досліджень – аналіз, синтез, порівняння, оцінювання, математичне моделювання.

Для досягнення поставлених завдань в першому (теоретичному) розділі випускної магістерської роботи розглядаються теоретичні аспекти

конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Зокрема проведено дослідження сутності поняття категорії «Конкурентоспроможність підприємства» яка виступає об'єктом дослідження. Розглянуто фактори забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах.

В другому (практичному) розділі розкривається загальна характеристика підприємства. Проведено аналітичну роботу фінансово-господарської діяльності СТОВ «ГІРНИК», проведено оцінку конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК».

У третьому розділі надаються рекомендації, щодо удосконалення конкурентоспроможності на досліджуваному підприємстві. Обґрунтовано економічну ефективність заходів, щодо підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК». Також запропоновано структуру розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК».

Наукова новизна одержаних результатів полягає в детальному дослідженні наукових джерел щодо питання удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства та розробка механізму ефективного застосування отриманої інформації.

Практична цінність роботи полягає у розробці практичних шляхів впровадження запропонованих шляхів покращення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Результати дослідження оприлюднені на VI Міжнародній науково-практичній конференції «Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України» Центральноукраїнського національного технічного університету, м. Кропивницький (07-08 грудня 2023 року, доповідь «Проблеми конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства»).

Джерелами інформації виступають підручники з основ менеджменту, маркетингу, економіки підприємства, статті науковців і молодих вчених, які займаються дослідженнями питань конкурентоспроможності на сільськогосподарських підприємствах, а також статистичну звітність суб'єкта

малого підприємництва: об'єднана Форма № 1 “Баланс”, та Форма № 2 “Звіт про фінансові результати” за досліджуваний період з 2018 по 2022 роки.

Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та додатків. Загальний її обсяг становить 120 сторінок друкованого тексту, в тому числі основний текст – 90 сторінок. Ілюстративний матеріал до випускної кваліфікаційної роботи містить 10 таблиць та 38 рисунки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Поняття та сутність конкурентоспроможності як об'єкту управління сільськогосподарського підприємства

Сучасний світ характеризується великою конкуренцією, швидкими змінами у технологіях, а також постійним розвитком міжнародного бізнесу. У цьому конкурентному середовищі підприємства повинні бути гнучкими, інноваційними та адаптивними, щоб успішно конкурувати та зберігати свою конкурентоспроможність [1].

Аграрний сектор в економіці України займає ключову позицію, і при будь яких кризових явищах та потрясіннях в економіці завжди був прибутковою його частиною та забезпечував продовольчу безпеку країни. Але також не варто забувати, що суб'єкти господарювання аграрного сектора економіки, постійно повинні адаптуватися до зовнішніх змін, і ця адаптація складна, тривала, зі значним фінансовим вкладенням та специфічна. Тому для підприємств сільськогосподарського спрямування нагальним є контроль за їх конкурентоспроможністю та вжиття заходів по її підвищенню. Конкуренція виступає головним рушієм еволюції та розвитку будь якої діяльності та для всіх видів підприємств, сільськогосподарські підприємства не є винятком [2].

Конкуренція - це стан, коли два або більше суб'єктів бізнесу чи інших сфер діяльності змагаються за отримання переваги на ринку. Це може включати боротьбу за клієнтів, підвищення якості продуктів або послуг, зниження цін, розвиток нових технологій або методів виробництва, а також просування бренду. Конкуренція може бути корисною, оскільки спонукає підприємства до пошуку нових інноваційних шляхів для покращення своєї діяльності і задоволення потреб споживачів.

В сучасному світі конкуренція стала важливим аспектом економічної

діяльності, оскільки технологічний прогрес і глобалізація світових ринків роблять її ще більше активною. Підприємства змушені постійно адаптуватися до змін кон'юнктури ринку та вдосконалювати свою продукцію та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними. У бізнесі зокрема аграрному, конкуренція може мати різні форми рис. 1.1.



Рис.1.1. Основні форми конкуренції в аграрному бізнесі

Джерело: розроблено автором

Для успішного бізнесу важливо розуміти конкуренцію, а також вміти ефективно конкурувати. Це може включати в себе пошук нових ринків, розробку унікальної стратегії маркетингу, вдосконалення продуктів або послуг, а також постійний контроль над витратами та оптимізацію виробничих процесів.

Також важливо мати реалістичну оцінку конкурентного середовища, знати своїх конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони, а також реагувати на зміни в цьому середовищі. Іноді конкуренція може призвести до сприятливих умов для співпраці та партнерства з іншими компаніями, що дозволяє зробити бізнес більш конкурентоспроможним.

Важливо також зазначити, що конкуренція не обов'язково завжди є негативною. Вона може стимулювати інновації, покращення якості продуктів та послуг, а також зниження цін, що є вигідним для споживачів. Конкуренція

також сприяє розвитку ефективних та динамічних ринків, стимулює підприємництво та підвищує загальний рівень економічного розвитку.

Крім того, конкуренція може змусити підприємства шукати нові шляхи для підвищення своєї конкурентоспроможності, що сприяє розвитку інноваційних технологій та підвищенню якості життя.

Щоб успішно змагатися, підприємства повинні бути гнучкими та адаптивними, вміти швидко реагувати на зміни на ринку, шукати нові ринкові можливості та впроваджувати інновації. Також важливо розвивати стратегії, спрямовані на відмінність продуктів або послуг, створення унікальної цінності для клієнтів та позиціонування бренду.

Нарешті, підприємства також мають враховувати соціальні та етичні аспекти конкуренції. Конкуренція повинна базуватися на чесній грі та дотриманні законів, інакше вона може призвести до негативних наслідків для підприємств та споживачів.

У підсумку, конкуренція - це необхідний елемент сучасного бізнес-середовища, який може бути стимулом для розвитку, інновацій та підвищення якості продуктів та послуг. Гармонійне взаємодія з конкуренцією та ефективно конкурувати може бути вирішальним для успіху у сучасному світі бізнесу.

Виходячи з вищезазначеного вважаємо за необхідне розглянути ключові аспектами сучасної конкурентоспроможності підприємств рис. 1.2.



Рис. 1.2. Ключові аспекти конкурентоспроможності

сільськогосподарських підприємств країни

Джерело: розроблено автором

Розглянемо більш детально кожен з зазначених аспектів.

Інновації. Підприємства повинні продовжувати інвестувати в дослідження та розвиток, щоб створювати нові продукти, процеси та послуги. Інновації дозволяють підприємствам залишатися на чолі ринку та задовольняти змінні потреби споживачів.

Гнучкість. Підприємства повинні мати можливість швидко реагувати на зміни в бізнес-середовищі. Це означає, що вони повинні мати гнучкі організаційні структури, які дозволяють швидко змінювати стратегії та процеси.

Використання технологій. В сучасному світі технології відіграють важливу роль у будь-якому бізнесі. Підприємства повинні бути готові використовувати нові технології для оптимізації виробничих процесів, вдосконалення продуктів та посилення конкурентоспроможності.

Маркетинг та брендування. Спроможність ефективно просувати свої товари та послуги на ринку є ключовою для конкурентоспроможності. Підприємства повинні мати чітку маркетингову стратегію, що дозволить їм привертати увагу споживачів та підтримувати позитивне сприйняття свого бренду.

Управління якістю. Підприємства повинні надавати великий увагу контролю якості своїх продуктів та послуг. Висока якість є важливим фактором для задоволення клієнтів та підтримання доброї репутації бренду.

Глобалізація. З розвитком світової торгівлі підприємства повинні мати стратегії для успішної конкуренції на міжнародному ринку. Це може включати адаптацію до місцевих культур та ринкових умов, а також забезпечення відповідності міжнародним стандартам та вимогам.

Співпраця та партнерство. У сучасному бізнес-середовищі часто важливо мати партнерів та співпрацювати з іншими підприємствами для досягнення спільних цілей. Це може бути співпраця у галузі досліджень та розвитку, виробництва чи маркетингу.

Управління витратами. Ефективне управління витратами може значно

вплинути на конкурентоспроможність. Підприємства повинні шукати можливості для оптимізації витрат та зниження виробничих затрат без втрати якості продукції.

Ці аспекти є важливими для будь-якого підприємства, в тому числі і для сільськогосподарського, адже всі прагнуть зберегти свою конкурентоспроможність у сучасних умовах. Збереження конкурентоспроможності вимагає постійної уваги до цих аспектів, а також готовності до змін та адаптації до нових умов ринку.

Саме поняття конкурентоспроможності як ми бачимо є багатограним і охоплювати різні сфери, але нас цікавить саме рівень підприємства. Традиційно під конкурентоспроможністю підприємства розуміють систему різних ознак та характеристик, за допомогою яких підприємство здатне конкурувати з подібними підприємствами та генерувати економічні вигоди в своєму сегменті ринку [26]. Розглянемо як трактують поняття «конкурентоспроможність підприємства» відомі вчені економісти табл.1.1.

Таблиця 1.1.

Тлумачення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Поняття	Акцент/коментар до визначення
1	2	3
Ю.Б. Іванов	Конкурентоспроможність підприємства – це певна система, що складається з безперервно взаємодіючих факторів і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства зі здобуття та утримання впродовж тривалого періоду конкурентної переваги.	Розуміється як система, визначається не тільки ефективність, але і динаміка пристосування підприємства до змінних умов середовища.
В.Г. Андрійчук	Конкурентоспроможність підприємства трактується як здатність підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію і забезпечувати її збут.	Конкурентоспроможна – це якісна продукція, що забезпечує вищу прибутковість виробництва, підвищує імідж компанії тощо
Ю.Б. Рубін	Конкурентоспроможність – це здатність компанії, а також наявних для цього можливостей, проектувати, виготовляти та реалізовувати товари, які за різними характеристиками привабливіші для споживачів, ніж товари конкурентів.	Здатність виробляти товари, які привабливіші від товарів конкурентів, а тому краще задовольняють потреби споживачів

Продовження табл. 1.1

1	2	3
Н.П. Тарнавська	Конкурентоспроможність підприємства – здатність у реальному масштабі часу та у перспективі формувати і використовувати систему знань, умінь і навичок спільного зі споживачем створення принадливого для нього продукту, випереджаючи за часом теперішніх і можливих конкурентів.	Використання конкурентних переваг у складниках системи знань, умінь та навичок.
І.А. Франів	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність виробляти і реалізувати швидко, якісно та в достатній кількості продукцію з високим рівнем обслуговування; це вдале розпорядження власними та імпортованими ресурсами на конкурентному ринку	Як більш ефективне споживання наявних ресурсів.

Джерело: сформовано автором за матеріалами [27; 28, с. 458; 29; 30; 31, с. 150]

Підбиваючи підсумки того як дане поняття трактують різні науковці ми помітили що жоден з них не включим в дане поняття вплив такого важливого фактору як людського. Адже конкурентна боротьба між підприємствами в першу чергу триває за споживача їх продукції та послуг, і від споживача відповідно вона залежить, і споживач виступає головним фактором. Адже чим краще підприємство зможе задовольнити потреби споживачів, тим більше їх буде, тим кращі будуть відзиви, ти популярнішими будуть продукція і послуги, тим стійкіше себе почуватиме підприємство на ринку, а значить буде мати більше конкурентних переваг. Тобто, людина як споживач, є ключовою ланкою при формуванні конкурентних переваг.

З іншого боку можна розглядати людину як працівника, яка безпосередньо задіяна до реалізації підприємницької діяльності. Тобто людина грає важливу роль у формуванні конкурентних переваг в бізнесі. Вона є джерелом ідей, творчості та інновацій, що дозволяє підприємству вирізнятися на ринку. Спроможність людей генерувати та втілювати ідеї в життя може стати ключовою перевагою, забезпечуючи унікальність продуктів чи послуг. Крім того, ефективне управління персоналом, навички комунікації

та керівництва є важливими для того, щоб залучати й мотивувати талановитих фахівців, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності компанії. Таким чином, люди, як ланка виробництва та впровадження ідей, грають критичну роль у формуванні конкурентних переваг підприємства. А тому, в системі формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, люди-споживачі та люди-персона відіграють важливу роль рис. 1.3.



Рис. 1.3. Глобальна система формування конкурентоспроможності

Джерело: сформовано автором за матеріалами [32]

Звичайно конкурентоспроможність починається з продукції (товарів, послуг), але без людини в даному ланцюгу формування конкурентоспроможності не можливо. А сукупність усіх складових системи формують конкурентоспроможність національної економіки.

Як зазначається в Законі України «Про захист економічної конкуренції» [4] конкуренція являє собою змагання між суб'єктами. Відмінні риси сучасної конкуренції наведені на рис. 1.4. Проте важливо, щоб конкурентна боротьба суб'єктів була здоровою та етичною. Підприємства повинні дотримуватися законів та стандартів галузі, уникати дискримінації та зловживання ринковою позицією. Важливо зосереджуватися не лише на перемозі, а й на розвитку та вдосконаленні, щоб забезпечити користь для споживачів та розвиток галузі в

цілому.

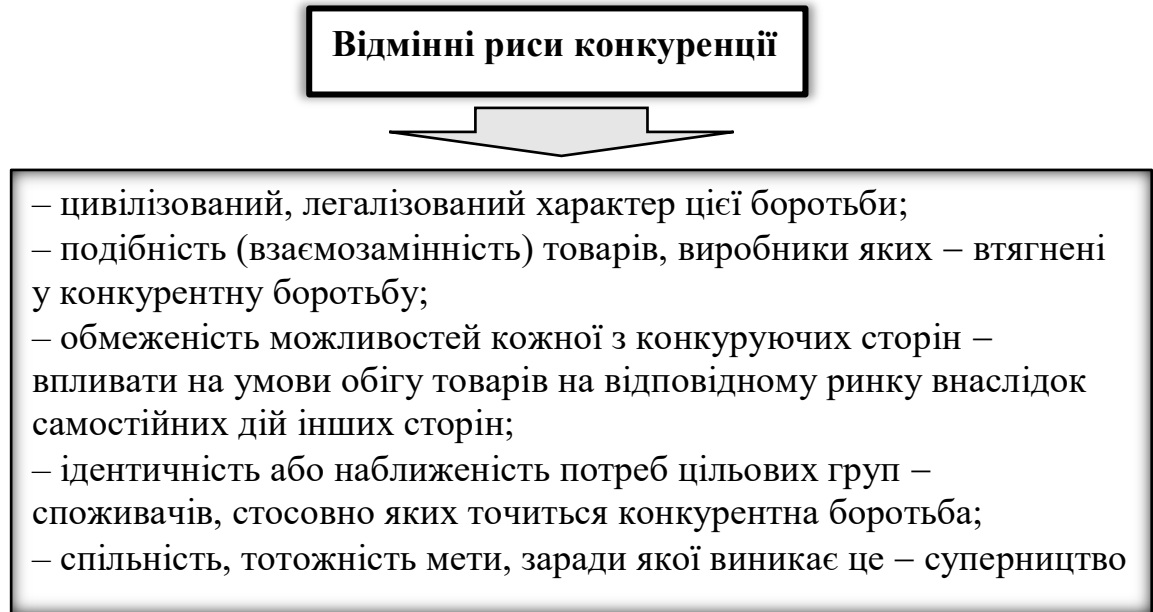


Рис. 1.4. Відмінні риси сучасної економічної конкуренції

Джерело: сформовано автором

Також є дуже велика кількість концепцій конкурентоспроможності, які розглядаються в науковій літературі на сформовані різними вченими економістами. На рис. 1.5. наведено головні з них на нашу думку.

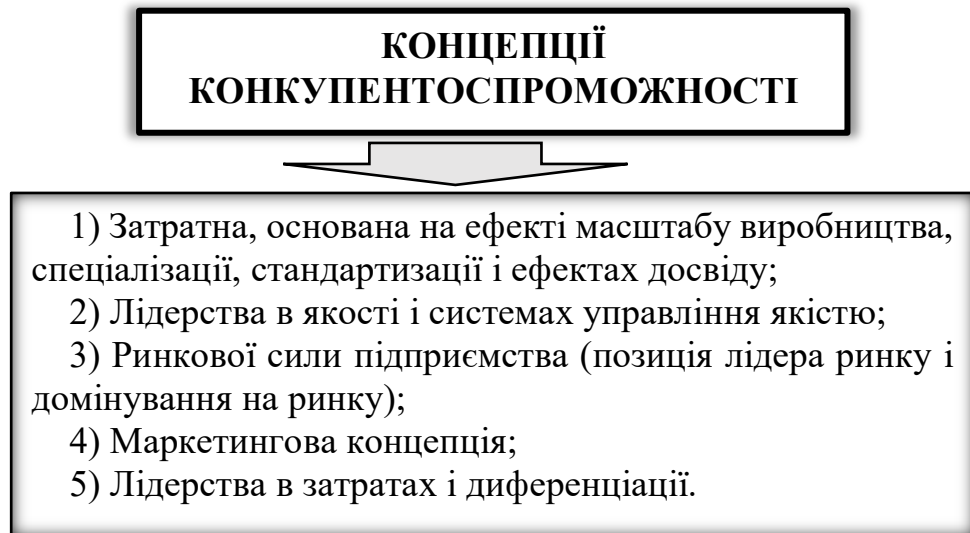


Рис. 1.5. Концепції конкурентоспроможності

Джерело: сформовано автором

Розглянемо більш детально кожен з них.

Затратна концепція конкурентоспроможності підприємства визначається як здатність підприємства виробляти й постачати продукцію або послуги з меншими затратами порівняно з конкурентами. Ця концепція

ґрунтується на обґрунтованому управлінні витратами та постійному прагненні до оптимізації виробничих процесів. Для досягнення конкурентних переваг за допомогою затратної концепції підприємство повинно удосконалювати ефективність управління витратами на всіх етапах виробництва та постачання продукції. Це може включати такі заходи, як раціоналізація виробничих процесів, використання економічних сировинних матеріалів, впровадження енергоефективних технологій, автоматизація рутинних операцій тощо. Додатково, затратна концепція конкурентоспроможності підприємства передбачає постійне вдосконалення управління майновими ресурсами та персоналом, що також може призвести до зниження загальних витрат підприємства. Крім того, важливо не лише знизити витрати, а й забезпечити високу якість продукції та задоволення потреб споживачів, щоб створити стійкі конкурентні переваги на ринку.

Концепція лідерства та якості є надзвичайно важливою для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасному світі бізнесу. Лідерство впливає на спроможність підприємства виходити за межі традиційних методів управління та створювати інновації, які посилюють якість продукції та послуг. Варто розглянути кожен з цих понять окремо та їх взаємозв'язок для забезпечення успішної конкурентоспроможності.

Отже, лідерство в контексті підприємства означає здатність керівництва мотивувати, впливати та надихати співробітників на досягнення спільних цілей. Лідерство випливає з візії, стратегії та ефективного управління, що стимулюють розвиток організації. Лідерство також означає розвиток комунікаційних навичок, спроможність сприяти розвитку команди та створенню відкритого середовища для виявлення та використання талантів співробітників. Лідерство здатне впливати на культуру підприємства та надавати рушійну силу для досягнення високої якості у всіх аспектах діяльності.

Натомість якість в контексті підприємства визначається здатністю продукції чи послуг відповідати вимогам та очікуванням споживачів. Якість

включає в себе не лише безпосередній вихідний продукт, а й процеси його створення, обслуговування, а також взаємодію з клієнтами. Забезпечення високої якості продукції та послуг потребує систематичних підходів до управління процесами, постійного вдосконалення, контролю якості та впровадження найкращих практик у всіх сферах діяльності підприємства.

У свою чергу, конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю забезпечити верхню ринкову позицію, здібність пристосовуватися до змін в бізнес-середовищі та задовольняти потреби споживачів ефективнішим чином, ніж конкуренти. Завдяки високій якості продукції та послуг, підтриманню стійкого лідерства та постійній увазі до потреб споживачів, підприємство може досягнути та зберегти конкурентний авантаж.

Отже, зв'язок між концепцією лідерства та якості та конкурентоспроможністю підприємства досить очевидний. Лідерство допомагає створити сприятливі умови для розвитку внутрішньої культури якості в організації, стимулює співробітників до досягнення високих стандартів та спільної мети, а також забезпечує надійне управління процесами та ресурсами для забезпечення стабільної якості продукції та послуг. Комбінація цих факторів дозволяє підприємству стати конкурентоздатними на ринку та досягнути успішних результатів на довгостроковій основі.

З іншого боку, висока якість продукції та послуг вимагає наявності лідерів, які в змозі стимулювати й організовувати управлінський процес таким чином, щоб забезпечити безперервне вдосконалення продукції та послуг. Лідери також повинні бути спроможними сприяти розвитку адаптивної культури, яка невпинно звертає увагу на якість та ефективність, щоб забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Крім того, лідерство може стати інструментом для сприяння інновацій, що також може позитивно впливати на якість продукції та послуг, їх конкурентоспроможність та позицію на ринку. Інновації можуть бути ключем до успіху підприємства, оскільки вони дозволяють реагувати на зміни в умовах бізнесу та надавати продукцію чи послуги, що відповідають найновішим

потребам споживачів.

Отже, плідна взаємодія між концепцією лідерства та якості провадить до збільшення конкурентоспроможності підприємства шляхом забезпечення сталого розвитку, високої якості продукції та послуг, а також спроможності адаптуватися до змін у бізнес-середовищі.

Концепція домінування на ринку відноситься до ситуації, коли підприємство володіє суттєвою перевагою в порівнянні з конкурентами на ринку. Це може бути досягнуто завдяки великій частці ринку, сильному бренду, ефективній маркетинговій стратегії, технологічній перевазі або іншим факторам, що роблять підприємство лідером на ринку.

Домінування на ринку може дати підприємству переваги в багатьох аспектах, таких як збільшення обсягів продажів, здобуття більшого впливу на умови угоди з постачальниками та роздрібними та оптовими покупцями, а також зменшення конкуренції. Однак, таке домінування може викликати обурення регулятивних органів і споживачів, особливо у випадках, коли це призводить до обмеження вибору споживачів або зловживання монопольним становищем підприємства.

Для підтримки домінування на ринку підприємство повинне постійно інвестувати в дослідження та розвиток, маркетингові стратегії, вдосконалення якості продукції та послуг, а також у технологічні інновації. Також важливо постійно вдосконалювати відносини з клієнтами, щоб забезпечити їхню лояльність та задоволеність.

У той же час, підприємство повинне бути обережним і усвідомлювати щодо великої відповідальності, яка супроводжує домінування на ринку. На цьому етапі важливо дотримуватися високих стандартів етики та корпоративного управління, щоб уникнути негативних наслідків від погляду споживачів, урядових органів та громадськості. Маркетингова концепція конкурентоспроможності підприємства включає в себе стратегії та методи, спрямовані на створення переваги над конкурентами на ринку. Ця концепція передбачає, що підприємство має працювати над ідентифікацією й

задоволенням потреб клієнтів шляхом надання якісних продуктів чи послуг, що відповідають їхнім очікуванням.

Усвідомлення ролі маркетингу в досягненні конкурентоспроможності є ключовим для будь-якого підприємства, оскільки ефективна маркетингова стратегія дозволяє позиціонувати продукти/послуги на ринку, надати їм конкурентну перевагу та забезпечити стійке місце підприємства в галузі.

Концепція лідерства витрат та диференціації конкурентоспроможності підприємства включає в себе стратегічний підхід до управління компанією, спрямований на досягнення конкурентної переваги шляхом зниження витрат і/або створення унікальної споживчої цінності для клієнтів. Лідерство витрат передбачає, що підприємство зосереджується на оптимізації виробничих процесів, зниженні витрат на виробництво та управління, а також ефективному використанні ресурсів. Це може бути досягнуто шляхом впровадження новітніх технологій, автоматизації виробничих процесів, оптимізації ланцюга постачання та управління запасами. З іншого боку, диференціація конкурентоспроможності полягає в створенні унікальної споживчої цінності через інновації, дизайн продукції, обслуговування клієнтів, якість продукції та інші аспекти, що роблять продукт чи послугу підприємства відмінним від конкурентів.

Лідерство витрат та диференціація конкурентоспроможності часто використовуються як стратегічні підходи в управлінні підприємством. Обидва підходи можуть бути успішно застосовані в залежності від специфіки галузі, ринкових умов, а також цільової аудиторії підприємства.

1.2. Фактори забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства

Поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є досить складним і трактується теж неоднозначно, це пов'язано в першу чергу зі специфікою галузі. Нам нашу думку конкурентоспроможність

сільськогосподарського підприємства – це здатність підприємства агросфери ефективно конкурувати на ринку, виробництво продукції сільського господарства високої якості за конкурентоспроможною ціною із забезпеченням стабільного прибутку. При цьому ключові аспекти конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства включають в себе використання сучасних технологій в даній галузі, оптимальне використання ресурсів, ефективне управління, а також вміння пристосовуватися до змін на ринку сільськогосподарської продукції і послуг, та вимог споживачів. Також важливою є доступність фінансових ресурсів, які дозволяють сільськогосподарським підприємствам інвестувати в розвиток і підвищення якості своєї продукції та послуг.

Як ми вже зрозуміли, сфера сільського господарства та конкуренція в ній суттєво відрізняється від інших сфер діяльності, та має в своїй суті певні характерні особливості, це зумовлено тим, що такі підприємства різні за розмірами, мають різно-направлену спеціалізацію, по різному себе ведуть на аграрному ринку товарів та послуг, по різному формують свій ресурсний потенціал та багато інших параметрів за якими різняться. Тому, спостерігаючи за діяльністю сільськогосподарських підприємств можна дослідити на практиці майже всі види конкуренції які існують на ринку реалізації товарів та послуг.

На нашу думку, конкуренція в сільському господарстві дійсно має свої особливості порівняно з іншими секторами економіки через специфіку сільськогосподарської діяльності. Виокремимо особливі характеристики конкуренції в сільському господарстві:

1. глобальний ринок;
2. вплив природних умов;
3. залежність від сезонності;
4. регулювання державою;
5. інновації та технології.

Сільське господарство є частиною глобального ринку, де продукція

конкурує з іноземними виробниками. Це означає, що сільськогосподарські підприємства повинні брати до уваги світові ціни, технологічні новації та вимоги споживачів інших країн. Це також може стосуватися і вимог до рівня якості сільськогосподарської продукції, умов її вирощування. Високі стандарти до еко-продукції та ін.

Сільське господарство сильно залежить від природних умов, таких як погода, ґрунт, клімат. Це створює унікальні умови конкуренції, оскільки виробництво може бути під впливом природних катастроф або кліматичних змін.

Більшість сільськогосподарських культур мають сезонність у виробництві, що впливає на конкуренцію в галузі. Наприклад, стабільність постачання продукції в певний період може впливати на конкурентоспроможність підприємств. А наявність обладнаних складських приміщень дасть змогу реалізовувати продукцію і в інший період, коли конкуренція на аграрному ринку слабша і цінова політика на продукти сільського господарства значно вища.

Сільське господарство часто підлягає різним формам державного регулювання, таким як субсидії, тарифи, стандарти якості та безпеки. Це створює особливі умови конкуренції, оскільки вплив держави може змінювати ринкові умови для сільськогосподарських підприємств. Інколи таке «ручне регулювання» створює несприятливий конкурентний клімат в галузі, надаючи перевагу окремим виробникам сільськогосподарської продукції.

Висока залежність від новітніх технологій та інновацій у виробництві сільськогосподарської продукції створює додатковий тиск на конкуренцію. Підприємства, які успішно використовують сучасні технології, можуть мати перевагу на ринку. Адже така продукція буде відповідати стандартам якості не тільки внутрішньому ринку, а й зовнішньому.

Ці унікальні особливості створюють складне середовище для конкуренції в сільському господарстві і вимагають від підприємств гнучкості, стратегічного мислення та вміння швидко адаптуватися до змін.

Окрім згаданих вище параметрів конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств виділяють і такі які наведено на рис. 1.6.

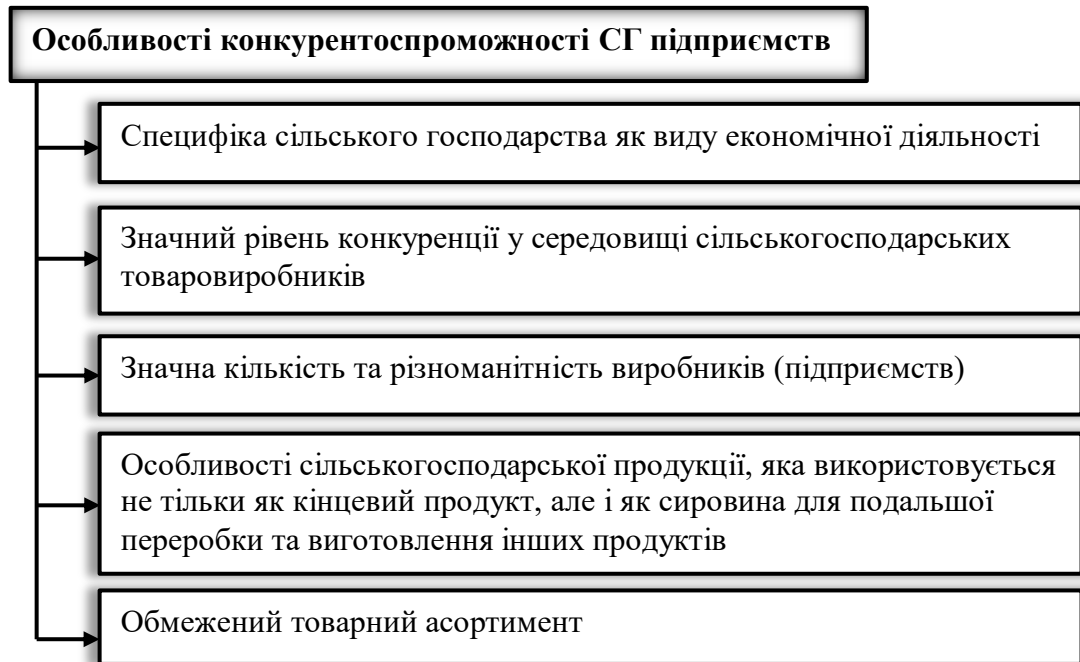


Рис. 1.6. Характерні особливості конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств

Джерело: сформовано автором

Сільське господарство є ключовим сектором економіки в більшості країн світу. Специфіка сільського господарства як виду економічної діяльності полягає в його залежності від природних умов, таких як клімат, ґрунти, та доступність води. Ці фактори часто впливають на виробництво сільськогосподарської продукції.

Як вже зазначалось раніше, одна з основних специфік сільського господарства полягає в сезонності робіт. Багато аспектів сільського господарства, такі як посів, збір врожаю, та тваринництво, обмежені природними циклами. Це часто призводить до нестабільності у виробництві та у прибутках, і вимагає від сільськогосподарських підприємств та фермерів здійснення певної технічної та організаційної роботи для забезпечення постійного виробництва.

Крім того, сільське господарство є сильно залежним від змін в світовому ринку та політиці. Зміни у тарифах на імпорт, субсидіях, дотаційності та інших

економічних чи політичних факторах можуть суттєво впливати на прибутковість сільськогосподарської продукції. Також, сільське господарство нерідко має великий вплив на довкілля. Виникають питання про ефективне використання ресурсів, збереження ґрунту та води, та мінімізацію викидів.

Одним з ключових аспектів сільського господарства є його важлива роль у забезпеченні харчової безпеки. Сільське господарство постачає продукти харчування для населення, та може впливати на питання доступності та якості харчових продуктів.

Крім того, сучасна тенденція до сталого розвитку та збереження природних ресурсів вимагає від сільського господарства пристосуватися до нових стандартів щодо екологічності та раціонального використання ресурсів. Загалом, специфіка сільського господарства полягає в його залежності від природних умов, сезонності виробництва, змінах на світовому ринку та політиці, впливі на довкілля, та важливій ролі у забезпеченні харчової безпеки.

Створення конкурентоспроможного ринку для сільськогосподарських товаровиробників має велике значення для сталого розвитку аграрного сектору. Конкуренція серед сільськогосподарських товаровиробників може стимулювати підвищення якості продукції, інноваційний розвиток галузі, покращення умов праці та соціальний захист сільських жителів.

Одним з ключових аспектів конкуренції серед сільськогосподарських товаровиробників є здатність адаптуватися до змін на ринку. Виробники повинні бути готові до нових технологій, зміни попиту споживачів, а також ефективно реагувати на зміни у законодавстві щодо сільського господарства. Здатність швидко адаптуватися до змін дозволить підприємствам зберегти свою конкурентоспроможність на ринку.

Крім того, конкуренція серед сільськогосподарських товаровиробників спонукає компанії до пошуку ефективних методів виробництва та пошуку нових ринків збуту. Такий погляд на конкуренцію може стимулювати інноваційний розвиток в галузі сільського господарства.

Більш того, конкуренція може призвести до підвищення якості

продукції. Заради збереження та розширення своєї клієнтської бази, компанії будуть прагнути надавати якісні товари та послуги за доступними цінами. Це може стимулювати впровадження систем управління якістю, сертифікацію продукції та вдосконалення виробничих процесів.

Крім позитивних аспектів конкуренції, важливо також врахувати можливі негативні наслідки. Адже інтенсивна конкуренція може стати причиною зниження цін на продукцію, що вплине на доходи виробників. Також важливо уникати ситуації, коли конкуренція стимулює недобросовісні практики, такі як порушення трудового законодавства чи екологічних норм, рейдерство та ін.

Одним з можливих рішень для збалансування конкуренції може бути впровадження системи антимонопольного регулювання. Це дозволить уникнути домінування окремих гравців на ринку, а також запобігати недобросовісним методам конкуренції. Також важливо створити умови для розвитку малих та середніх підприємств в цій галузі, що може сприяти розвитку конкурентного середовища, адже малі підприємства швидко адаптуються до змін і не потребують значних фінансових затрат.

Ще однією важливою складовою конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників є доступ до ринків збуту. У цьому контексті велике значення має розвиток міжнародної торгівлі, укладання вільних торгових угод та розвиток інтернаціональних партнерств. Це дозволить сільськогосподарським підприємствам розширити свої збутові можливості, забезпечити стабільний попит на свою продукцію та залучити інвестиції для подальшого розвитку.

Конкуренція серед сільськогосподарських підприємств може бути особливою через велику кількість та різноманітність учасників. У сільському господарстві багато факторів може впливати на конкурентоспроможність підприємств. Конкуренція може бути особливою через різні масштаби виробництва - від невеликих родинних ферм до великих агро-холдингів.

Сільськогосподарська продукція виступає важливим елементом як у

ролі кінцевого продукту, так і у вигляді сировини для подальшого використання. Ця продукція може бути споживана напряду як харчові продукти, напої або інші товари для кінцевого споживача. З іншого боку, вона є сировиною для виробництва інших продуктів, таких як біопаливо, текстиль, фармацевтичні засоби та багато інших.

Як кінцевий продукт, сільськогосподарська продукція надає необхідні харчові продукти для споживання людьми та тваринами. Вона включає такі продукти, як овочі, фрукти, злакові, м'ясо, молоко, яйця та інше. Ці продукти відіграють ключову роль у задоволенні потреб населення в харчових ресурсах.

Як сировина, сільськогосподарська продукція використовується для виробництва різних промислових та промислово-сільськогосподарських товарів. Наприклад, зерно може бути перероблено на борошно для виробництва хліба, сої може служити сировиною для виробництва біопалива або хімічних речовин, бавовна використовується для виробництва текстилю, а багато інших сільськогосподарських продуктів стають сировиною для промислових процесів.

У зв'язку з цим важливо розрізняти, як сільськогосподарська продукція використовується у вигляді кінцевого продукту для безпосереднього споживання та як сировина для подальшого використання в промисловості та інших галузях економіки. Обидва аспекти відіграють ключову роль у глобальній економіці та задоволенні потреб людей по всьому світу.

Обмежений товарний асортимент сільськогосподарської продукції може виникати з кількох причин, і це має важливі наслідки для як виробників, так і споживачів. По-перше, географічні та кліматичні обмеження можуть призвести до обмеженого асортименту сільськогосподарських товарів. Адже певні рослини можуть вирощуватися тільки в певних кліматичних умовах (баштанні культури, сади, виноградники, рис та ін.), а тварини можуть бути розведені тільки в певних регіонах (наприклад вівчарство). Це призводить до того, що певні види продукції будуть більш популярними або доступними в певних регіонах, знижуючи варіювання товарного асортименту. По-друге,

попит споживачів також може впливати на обмежений товарний асортимент. Якщо споживачі мають попит лише на певні види продукції, виробники можуть більше спеціалізуватися на вирощуванні цих продуктів, обмежуючи різноманіття доступних товарів.

Монокультура також може призвести до обмеженого товарного асортименту. Це відбувається, коли виробники спеціалізуються на вирощуванні лише одного типу рослин або продукції, що може бути корисним з економічної точки зору, але обмежує різноманіття продукції.

Одним із способів подолання обмеженого асортименту сільськогосподарської продукції є пошук та впровадження нових сортів рослин, які можуть бути вирощені в різних кліматичних умовах та мають різноманітні властивості. Також важливо підтримувати різноманітність сортів та видів продукції, щоб забезпечити стабільність та стійкість сільськогосподарських систем.

Для споживачів важливо розуміти обмежений товарний асортимент та знаходити способи підтримки різноманітності сільськогосподарської продукції шляхом підтримки місцевих виробників та різноманітних способів вирощування та виробництва продуктів.

З вищезазначеного ми можемо сказати що конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств, в цілому, може бути внутрішня та зовнішня рис. 1.7. Зовнішня та внутрішня конкурентоспроможність для сільськогосподарських підприємств є ключовими умовами успіху в галузі сільського господарства.

Зовнішня конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств полягає в їх здатності конкурувати на міжнародному ринку сільськогосподарської продукції. Це включає в себе ефективність виробництва, якість продукції, а також можливість конкурувати з імпортними товарами на світовому ринку. Зовнішня конкурентоспроможність може бути визначена рядом факторів, включаючи витрати на виробництво, доступ до міжнародних ринків, технологічний розвиток та умови торгівлі.

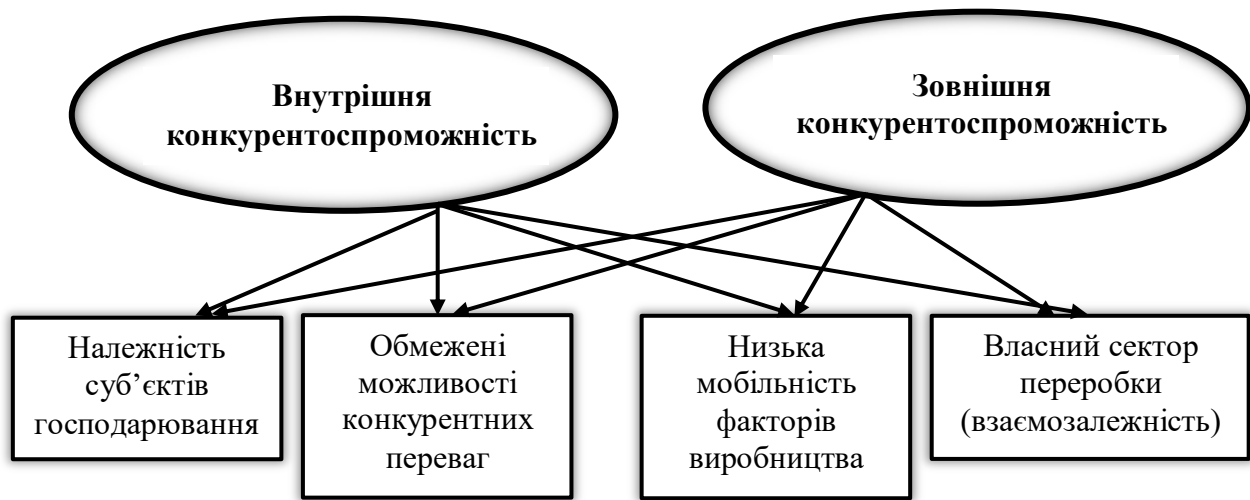


Рис. 1.7. Внутрішня та зовнішня конкуренція аграрної сфери

Джерело: сформовано автором за матеріалами [32]

З іншого боку, внутрішня конкурентоспроможність означає здатність сільськогосподарських підприємств конкурувати на внутрішньому ринку. Це включає в себе технологічний розвиток, ефективне управління ресурсами, якість продукції, а також здатність лояльності споживачів до власних продуктів. Внутрішня конкурентоспроможність може бути диктована такими чинниками, як внутрішнє управління підприємством, витрати на виробництво, маркетингові стратегії та доступ до місцевих ринків.

Фактори – вказують на декілька чинників або складових елементів, які впливають на певну ситуацію, процес або явище. У виробничій та соціальній діяльності "фактори" означають різноманітні елементи, які впливають на ці процеси. Виробничі фактори можуть включати ресурси, такі як праця, капітал, сировинні матеріали та технології, а також зовнішні чинники, такі як ринкові умови, конкуренція та законодавство. У соціальній діяльності фактори можуть включати культурні, етичні, економічні та політичні впливи, а також соціальні стандарти, норми та цінності. Розуміння цих факторів дозволяє виробникам та учасникам соціальних процесів приймати обґрунтовані рішення та реагувати на зміни в споживчому попиті, умовах праці, ринкових та соціальних тенденціях.

Нам необхідно звернути увагу на фактори які мають вплив на

конкурентоспроможність підприємств, особливо в сільськогосподарській сфері рис. 1.8.



**Рис. 1.8. Система факторів конкурентоспроможності
сільськогосподарських підприємств**

Джерело: сформовано автором

В залежності від ознак розподілу факторів в економічній літературі вченими економістами розглядається досить широке їх класифікаційне різноманіття рис. 1.9. Ця класифікація охоплює широкий спектр аспектів конкурентоспроможності аграрних підприємств, від економічних та соціальних до екологічних та технологічних аспектів. Такий підхід дозволяє врахувати всі важливі складові конкурентоспроможності та розглядати підприємство як комплексну систему, яка має бути конкурентоздатною на всіх рівнях.

В цілому зазначені вище форми класифікації конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств можуть впливати на конкурентоздатність як в сторону підвищення так і в бік послаблення. Але звичайно ми розуміємо

що наявність тих чи інших факторів є недостатньою умовою для забезпечення належної конкурентоспроможності підприємства, більш важливим є те наскільки ефективно перелічені фактори використовуються, та як застосовуються.



**Рис. 1.9. Класифікація факторів конкурентоспроможності
сільськогосподарських підприємств**

Джерело: сформовано автором

Специфічними факторами конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств також вважають такі які наведені на рис. 1.10.

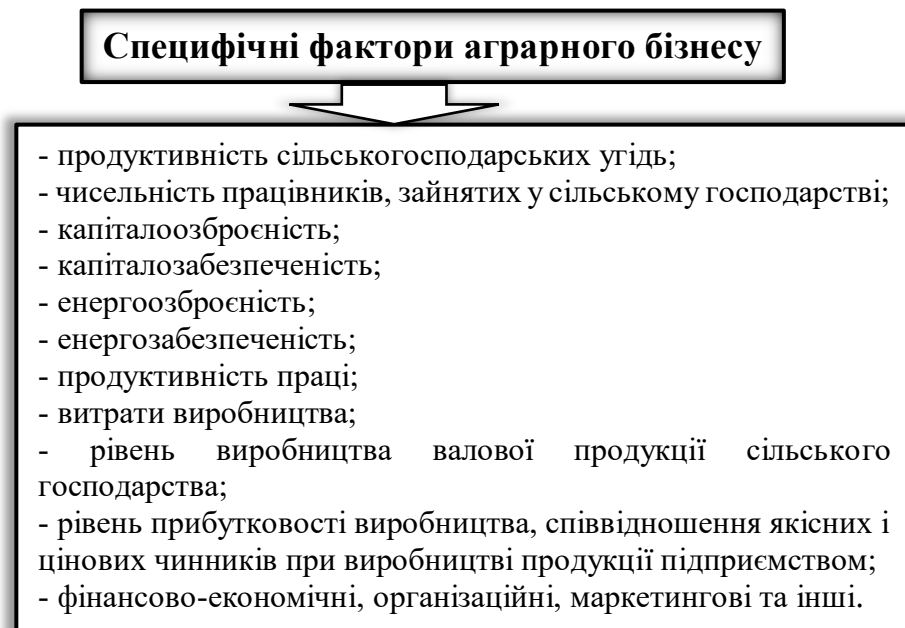


Рис. 1.9. Специфічні факторів конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств

Джерело: сформовано автором

Не менш важливим є можливості контролю за чинниками конкуренції. В літературних джерелах вчені економісти виділяють чотири їх групи, а саме:

1) Фактори які контролюються на рівні підприємства (controlled by the firm). Контролю підлягає стратегія підприємства, якість, безпека і споживча цінність виготовленої продукції, технологія, система підвищення кваліфікації, науково-дослідна робота підприємства та переваги у витратах.

2) Фактори які контролюються на рівні держави (controlled by government). Контроль здійснюється через різного роду політики (монетарна, освітня і т. д.) на середовище бізнесу.

3) Фактори які є частково контрольовані (quasi-controllable). Під частковий контроль підпадають: ціни; сфера виробництва; сфера обігу інформації; чинники формування попиту, міжнародна економічна політика.

4) Фактори які є не контрольовані (uncontrollable). В першу чергу мова йде про доступність природних ресурсів [33].

Отже, з вищезазначеного можемо зробити висновок, що конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства та її рівень формується під впливом різних факторів, та їх взаємодії. Натомість самі фактори конкурентоспроможності включають в себе широкий спектр елементів, що впливають на здатність підприємства конкурувати ефективно на ринку.

1.3. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Сучасні теорії конкуренції є складними та розгалуженими, вони вивчають взаємодію між підприємствами на ринку та визначають фактори, що впливають на їх конкурентоспроможність. Ці теорії мають в своєму арсеналі велику кількість методів, моделей та інструментів за допомогою яких буде здійснено покращення конкурентоспроможності, у нашому випадку, сільськогосподарського підприємства. Дослідження у галузі сучасних теорій конкуренції надають глибоке розуміння ринкових процесів та допомагають вирішувати важливі питання економіки та підприємництва. Таких теорій в науковій літературі величезне різноманіття, і вони виникають постійно нові, до сучасних теорій конкуренції, які є значущими в сучасному економічному дискурсі відносять такі:

1. Теорія імперфектної конкуренції. Ця теорія визнає, що у реальному світі підприємства досить рідко опиняються в ситуації повної конкуренції чи монополії. Вона вивчає взаємодію підприємств у умовах обмеженого конкурентного середовища, де кожен учасник ринку має певну контрольну силу, що впливає на ціни та кількість виробленої продукції.

2. Теорія гри. Ця теорія моделює дії та реакції учасників ринку в умовах невизначеності та конкуренції. Вона вивчає стратегії, які приймають підприємства в умовах конкурентного середовища, та прогнозує результати їхніх взаємодій.

3. Теорія ресурсів та компетенцій. Ця теорія підкреслює значення внутрішніх ресурсів та компетенцій підприємства як джерела конкурентної переваги. Вона досліджує, як підприємство може максимізувати свої унікальні ресурси та компетенції для досягнення успіху на ринку.

4. Теорія інновацій. Ця теорія вивчає вплив інновацій та технологічних змін на конкурентну боротьбу. Вона досліджує, як підприємство може використовувати інновації для створення конкурентної переваги та забезпечення свого успіху на ринку.

5. Теорія стратегічного управління. Ця теорія досліджує теорію стратегічного управління як інструмент для досягнення конкурентної переваги в умовах конкурентного середовища. Вона вивчає, як підприємство може розвивати та впроваджувати стратегії, які допоможуть йому вижити та процвітати в умовах жорсткої конкуренції.

Ці теорії перетинаються і взаємодіють між собою, утворюючи складну картину ринкових відносин. Вони допомагають розуміти, як взаємодіють підприємства на ринку, які фактори впливають на їхню конкурентоспроможність та як вони можуть досягати успіху в умовах конкурентного середовища.

Але на практиці, в процесі коли підприємство функціонує в агресивному конкурентному середовищі, і постає питання виживання бізнесу велика частина розробок не використовується, це пов'язано в першу чергу з некомпетентністю топ менеджерів підприємства.

Саме конкурентний потенціал та посилений його розвиток на сільськогосподарському підприємстві з урахуванням сучасних умов господарювання дає змогу підвищити його конкурентоспроможність.

Конкурентний потенціал - це важливий аспект для будь-якого виду підприємства, включаючи сільськогосподарські підприємства. Це визначає, наскільки успішно підприємство може зайняти сильне положення на ринку, забезпечуючи собі перевагу перед конкурентами. Для сільськогосподарського підприємства конкурентний потенціал може включати такі аспекти рис. 1.10.



**Рис. 1.10. Складові конкурентного потенціалу
сільськогосподарського підприємства**

Джерело: сформовано автором

Конкурентний потенціал сільськогосподарського підприємства може залежати від його здатності: добре управляти виробництвом, впроваджувати новітні технології, відтіснити конкурентів з ринку, забезпечувати високу якість продукції та вільно її реалізовувати. Він допомагає підприємству вибудовувати на довгострокову перспективу свою стратегію діяльності та конкурентоспроможності на ринку.

Оцінка конкурентоспроможності є важливою складовою стратегічного управління бізнесом. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності включають в себе визначення та аналіз факторів, які впливають на успішність підприємства на ринку, порівняння з конкурентами, а також розробку стратегій для підвищення конкурентоспроможності.

Першим кроком у методичних основах оцінки конкурентоспроможності є визначення ключових показників конкурентоспроможності, що можуть

включати фінансові показники, ринкову позицію, якість продукції та послуг, репутацію бренду, інновації та динаміку змін у галузі. Важливо визначити ті показники, які найбільше впливають на успішність підприємства на ринку рис. 1.11.



Рис.1.11. Показники визначення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства

Джерело: сформовано автором

Далі слід провести аналіз цих показників у контексті внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства. Внутрішні фактори можуть включати управління, ресурси, процеси та культуру організації, тоді як зовнішні – макроекономічні, галузеві, соціокультурні та технологічні тенденції.

Порівняльний аналіз з конкурентами також є важливим етапом методичних основ оцінки конкурентоспроможності. Цей аналіз може включати порівняння ключових показників конкурентоспроможності, таких як цінова політика, якість продукції та послуг, ринкова частка, інновації та стійкість до змін.

На основі результатів аналізу, розробляються стратегії для підвищення конкурентоспроможності. Ці стратегії можуть включати удосконалення процесів, розвиток нових продуктів та послуг, впровадження інновацій, залучення та розвиток персоналу, оптимізацію ланцюга постачань та зниження витрат.

Крім того, методичні основи оцінки конкурентоспроможності можуть включати використання спеціалізованих «якісних» методів, моделей та інструментів, таких як SWOT-аналіз, аналіз п'яти сил Портера, аналіз PESTLE тощо, які допомагають систематизувати зібрані дані та розробляти ефективні стратегії для досягнення конкурентних переваг будь якого сільськогосподарського підприємства.

Теорія конкурентних переваг, розроблена Майклом Портером, включає концепцію "п'яти сил", які впливають на конкурентну ситуацію на ринку. Ці п'ять сил визначають рівень конкуренції в галузі і їх вплив на конкурентоспроможність підприємств рис. 1.12.



Рис. 1.12. П'ять сил конкурентних переваг Портера

Джерело: сформовано автором за матеріалами [11]

1 сила. Загроза нових учасників на ринку. Ця сила відображає потенційну загрозу, яку становлять нові компанії, які можуть увійти на ринок. Чим легше для нових учасників зайти на ринок, тим більша ця загроза.

2 сила. Постачальники. Вплив постачальників на галузь визначається

їхньою силою у встановленні цін, умов постачання та іншими чинниками. Якщо постачальники мають вищу силу, це може негативно позначитися на прибутковості підприємства.

3 сила. Покупці. Вплив покупців полягає в їх здатності впливати на ціни, умови постачання та якість товарів чи послуг. Якщо покупці мають велику силу, це може знизити прибутковість галузі.

4 сила. Загроза заміщення. Ця сила відображає можливість заміщення продуктів або послуг конкурентними альтернативами. Якщо існують ефективні альтернативи, це може обмежити можливості галузі отримувати прибуток.

5 сила. Рівень внутрішнього конкурентного протистояння. Ця сила відображає інтенсивність конкуренції серед компаній у галузі. Чим вищий рівень конкурентної боротьби, тим менше можливостей для прибутковості підприємства.

Аналіз цих п'яти сил допомагає підприємствам зрозуміти, як вони можуть покращити свою конкурентоспроможність у галузі, враховуючи зовнішнє середовище та власне положення на ринку.

Не менш важливими для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства є методи які характеризують його ринкову позицію та продукцію на цьому ринку, рівень менеджменту та фінансово-економічної діяльності. Зокрема розрахунок фінансово економічних показників та механізм їх оцінки, який є досить непростий та різноманітний, передбачає використання даних фінансової звітності досліджуваного підприємства рис. 1.13.

Ці показники більш детально будуть розкриті в другому розділі даної роботи.

Отже, класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності підприємства можна представити розподіливши їх по групах за певними ознаками. Однією з ознак частіше всього виступає форма за якою відображається така оцінка, вони бувають: графічні, розрахункові,

комбіновані.

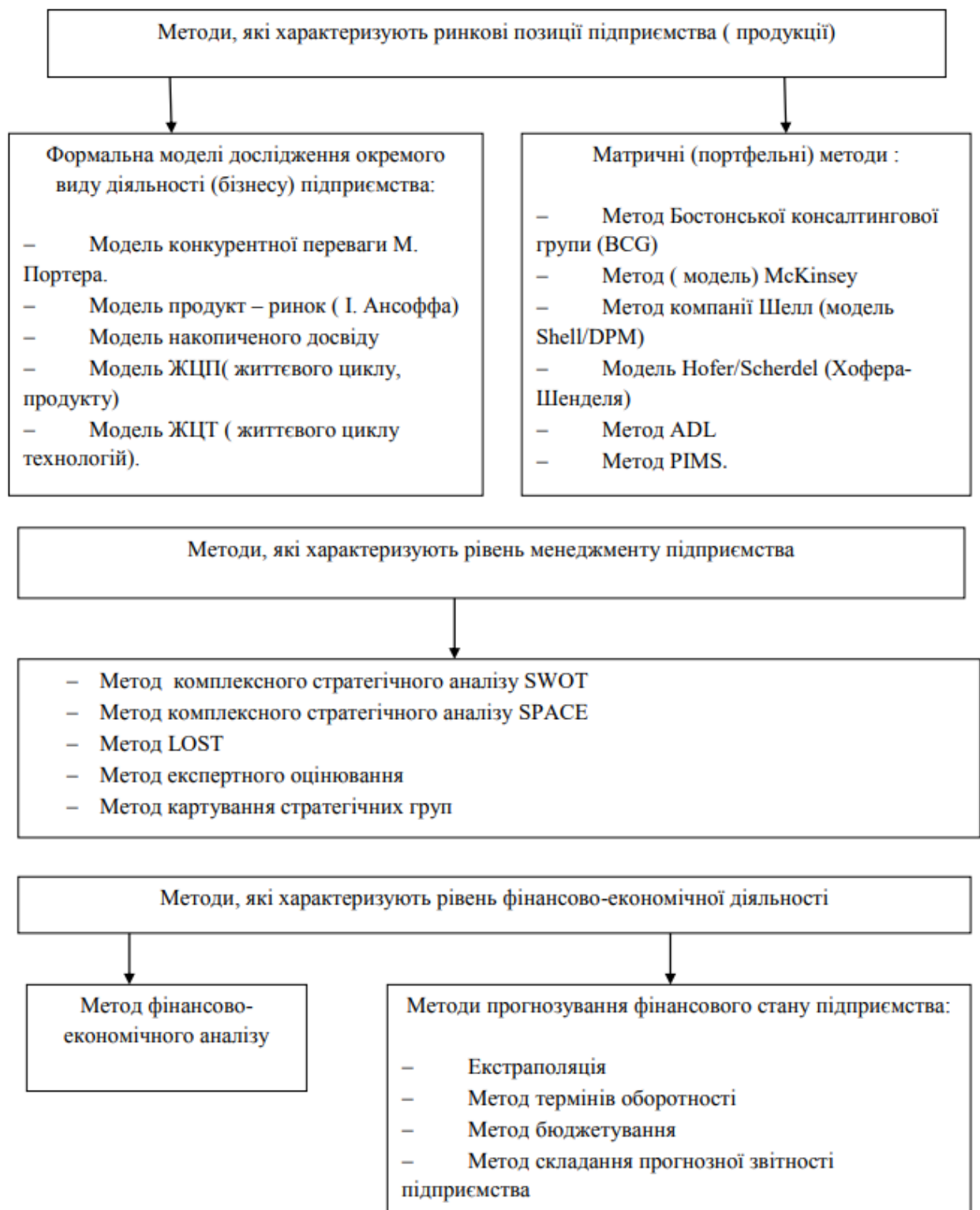


Рис. 1.13. Основні методи формування конкурентних стратегій сільськогосподарських підприємств

Джерело: сформовано автором

Один з графічних методів для оцінки конкурентоспроможності, який широко використовується в бізнесі, - це "матриця конкурентної привабливості

- конкурентного положення" (Competitive Attractiveness-Position Matrix). Цей графічний метод дозволяє підприємству аналізувати своє положення на ринку в порівнянні з конкурентами та оцінювати привабливість ринку в цілому.

Матриця зазвичай має два основних параметри: перше - конкурентне положення підприємства (або продукту) ініціативи, яке визначається, наприклад, за допомогою оцінки бренду, цінової політики, маркетингових стратегій тощо, та друге - привабливість ринку, яка може вимірюватися загальним обсягом ринку, його зростанням, рентабельністю, рівнем конкуренції та іншими факторами. Існує багато різних способів визначення категорій для кожного параметра.

Після визначення цих параметрів підприємство може побудувати матрицю, розділивши її на чотири квадранти. На осі абсцис обирається методика оцінювання привабливості ринку, на осі ординат - конкурентне положення. Кожен продукт або підприємство потім може бути розміщене на цій матриці відповідно до його положення на ринку. Це дозволяє легко визначити свою конкурентну позицію у порівнянні з конкурентами та оцінити привабливість ринку для розвитку стратегій дій.

Цей метод допомагає сформулювати стратегію на основі положення на ринку та його привабливості. Компанії можуть визначити, чи слід інвестувати в розвиток товарів чи послуг, чи змінити стратегію ціноутворення, та як поліпшити своє конкурентне положення відносно інших учасників ринку.

Використання графічних методів для оцінки конкурентоспроможності дає підприємствам змогу швидко візуалізувати своє положення на ринку та розвинути стратегії на основі цієї інформації.

Поряд з графічними існує багато різних розрахункових методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства. Основні з них це: аналіз вартості (Цей підхід включає в себе порівняння витрат підприємства з витратами конкурентів. Вартість може вимірюватися кількістю ресурсів, необхідних для виробництва товарів чи послуг, а також вимірами ефективності використання цих ресурсів. Цей аналіз допомагає визначити

конкурентні переваги або недоліки); аналіз прибутковості (Цей метод включає оцінку прибутковості підприємства порівняно з конкурентами. Це може включати порівняння чистого прибутку, рентабельності капіталу, рентабельності активів та інших показників ефективності); аналіз ринкової частки (Цей метод оцінює ринкову частку вашого підприємства в порівнянні з конкурентами. Визначення та моніторинг ринкової частки допомагає зрозуміти, наскільки ефективно ваше підприємство конкурує на ринку); аналіз показників ефективності (Цей метод включає в себе оцінку різних показників ефективності, таких як продуктивність праці, обороти запасів, обороти капіталу, рівень упровадження нових технологій тощо. Ці показники можуть свідчити про ефективність управління та виробничих процесів); аналіз витрат на маркетинг та рекламу (Цей метод допомагає оцінити витрати на маркетинг та рекламу в порівнянні з конкурентами. Це важливо для того, щоб визначити, наскільки ефективно ваші стратегії маркетингу та реклами порівняно з іншими гравцями на ринку).

Ці розрахункові методи надають сільськогосподарським підприємствам засоби для об'єктивної оцінки їхньої конкурентоспроможності порівняно з іншими учасниками ринку. Використання цих методів дозволяє розробляти стратегії для покращення конкурентоспроможності та збільшення успішності на ринку.

В цілому, саме комбіновані методи оцінки конкурентоспроможності є ефективним засобом для отримання комплексної та більш повної карти конкурентного стану підприємства. До комбінованих методів, які можна застосовувати для оцінки конкурентоспроможності відносять:

1. SWOT-аналіз. Відомий метод, що включає в себе аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. Цей підхід дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

2. Бенчмаркінг. Цей метод включає в себе порівняння результатів та практик вашого підприємства з найкращими показниками відомих компаній.

Це дозволяє виділити недоліки та пошукати можливості для покращення.

3. Аналіз конкурентів. Вивчення стратегій та результатів конкурентів допомагає зрозуміти їхні слабкі та сильні сторони, що в свою чергу допоможе у формуванні власної конкурентної стратегії.

4. Клієнтське задоволення та відгуки. Оцінка задоволеності споживачів дозволяє зрозуміти, наскільки ефективно ваші товари чи послуги відповідають потребам ринку, та виявити області для покращення.

5. Комбіновані моделі балансування промисловості. Ці моделі допомагають враховувати різні аспекти конкурентоспроможності, такі як вартість, якість, інновації та перспективність, враховуючи їх взаємозв'язок та вплив на загальний результат підприємства.

Комбіновані методи дозволяють отримати більш повну картину конкурентного стану сільськогосподарського підприємства, а також ідентифікувати ключові області для покращення та розвитку. Використання комбінованих методів дозволяє докладніше розібратися в конкурентних перевагах та недоліках підприємства, що забезпечить підґрунтя для розробки ефективних стратегій змагання в умовах ринкової конкуренції.

На нашу думку одним із доступних методів за допомогою якого можна зробити діагностику конкурентоспроможності аграрного підприємства є SWOT-аналіз. SWOT-аналіз - це метод стратегічного аналізу, який допомагає оцінити сильні і слабкі сторони, можливості та загрози для організації. Отже, SWOT-аналіз для сільськогосподарського підприємства матиме наступні параметри:

1) Сильні сторони (Strengths):

- Родючі ґрунти та сприятливі кліматичні умови. Якщо ваше сільськогосподарське підприємство розташоване в районі з родючими ґрунтами та сприятливим кліматом, це може бути вашою сильною стороною, що сприяє високому врожаю та якості продукції.

- Наявність технологій та обладнання. Якщо у вас є сучасні технології та обладнання для обробки землі, поливу, збирання врожаю тощо, це також є

вашою сильною стороною, що дозволяє оптимізувати виробництво.

- Доступ до ринків. Якщо ваше підприємство має розвинену мережу збуту або контракти зі стабільними покупцями, це може бути вашою сильною стороною, оскільки це забезпечує стабільний попит на вашу продукцію.

2) Слабкі сторони (Weaknesses):

- Відсутність доступу до капіталу. Якщо у вашого підприємства обмежені можливості фінансування, це може бути слабкою стороною, яка утруднює розвиток та інвестиції в нові технології та обладнання.

- Залежність від погодних умов. Якщо ваше сільськогосподарське підприємство сильно залежить від погодних умов, наприклад, великі врожаї можуть бути знищені в результаті негоди, це може бути слабкою стороною.

- Недостатня кваліфікація працівників. Якщо у вашому підприємстві відчутний дефіцит кваліфікованих кадрів або недостатній рівень їх професійної підготовки, це також може бути слабкою стороною.

3) Можливості (Opportunities):

- Розвиток нових ринків. Можливість розширення або знаходження нових ринків для продажу вашої сільськогосподарської продукції може бути значною можливістю для збільшення прибутку.

- Використання субсидій та грантів. У багатьох країнах держава надає підтримку вигідних умов для сільськогосподарських підприємств шляхом надання субсидій та грантів для розвитку і модернізації.

- Впровадження нових технологій. Можливість використання новітніх технологій для підвищення ефективності виробництва та якості продукції.

4) Загрози (Threats):

- Конкуренція. Гостра конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції може створити загрозу для вашого підприємства.

- Зміна в умовах вирощування продукції. Наприклад, зміни в регулюючих стандартах, обмеження використання пестицидів та добрив можуть вплинути на технології, які використовуються в сільському господарстві.

- Погодні катастрофи. Зміна клімату може призвести до погіршення погодних умов, що вплине на врожай та виробництво.

Загальний SWOT-аналіз може допомогти підприємству зрозуміти його поточне становище та визначити напрямки розвитку. На основі цього аналізу можуть бути розроблені стратегії, щоб використати сильні сторони, зменшити слабкі сторони, використати можливості та врегулювати загрози.

Завдяки методичним основам оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть систематично аналізувати свої конкурентні переваги та слабкі сторони, створювати стратегії для підвищення конкурентоспроможності та планувати свої дії на ринку.

Також важливою складовою методичних основ оцінки конкурентоспроможності є постійний моніторинг та оновлення оцінки. Ринкові умови постійно змінюються, тому важливо регулярно переглядати та оновлювати аналіз конкурентоспроможності, щоб підприємство могло швидко реагувати на зміни та залишатися конкурентоспроможним.

Загалом, методичні основи оцінки конкурентоспроможності допомагають підприємствам розуміти їхню поточну конкурентоспроможність, визначати ключові напрямки для підвищення конкурентоспроможності та розробляти стратегії для досягнення цих цілей. Важливою складовою є постійний аналіз та оновлення цього процесу з метою забезпечення сталої та успішної конкурентоспроможності на ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТОВ «ГІРНИК» ТА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

2.1. Загальна характеристика діяльності СТОВ «ГІРНИК»

Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «ГІРНИК» (СТОВ «ГІРНИК»), є підприємством, заснованим на базі колективного сільськогосподарського підприємства «Гірник», що реорганізується і утвореним на засадах угоди громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності у сільському господарстві з метою одержання прибутку.

СТОВ «ГІРНИК» є юридичною особою, має цивільні права та обов'язки, здійснює свою діяльність відповідно до Статуту та діючому законодавству України (Додаток А). Підприємство може бути відповідачем та позивачем у суді.

Також СТОВ «ГІРНИК» має самостійний баланс, рахунки в банках, печатку та кутовий штамп зі своїм найменуванням, знак для товарів та послуг. Своє майно підприємство формує з джерел не заборонених законодавством України.

СТОВ «ГІРНИК» є власником: майна, переданого йому Засновниками у власність як вклад до статутного капіталу; продукції, виробленої підприємством в результаті господарської діяльності; одержаних доходів; іншого майна, набутого на підставах, не забороненого законом. Має право продавати, передавати безоплатно, обмінювати, здавати в оренду юридичним та фізичним особам засоби виробництва та інші матеріальні цінності, використовувати та відчужувати їх іншим шляхом, якщо це не суперечить чинному законодавству України та Статуту підприємства. Також СТОВ «ГІРНИК» самостійно відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном.

Засновники Товариства не відповідають за зобов'язання СТОВ

«ГІРНИК» і несуть ризики збитків, пов'язаних з діяльністю підприємства, у межах своїх вкладів. Засновники які не повністю оплатили свої внески до статутного фонду, відповідають за зобов'язаннями СТОВ «ГІРНИК» у межах внесеної частини свого вкладу. Саме СТОВ «ГІРНИК» створюється на невизначений термін. Мета та предмет діяльності СТОВ «ГІРНИК» наведено на рис. 2.1.

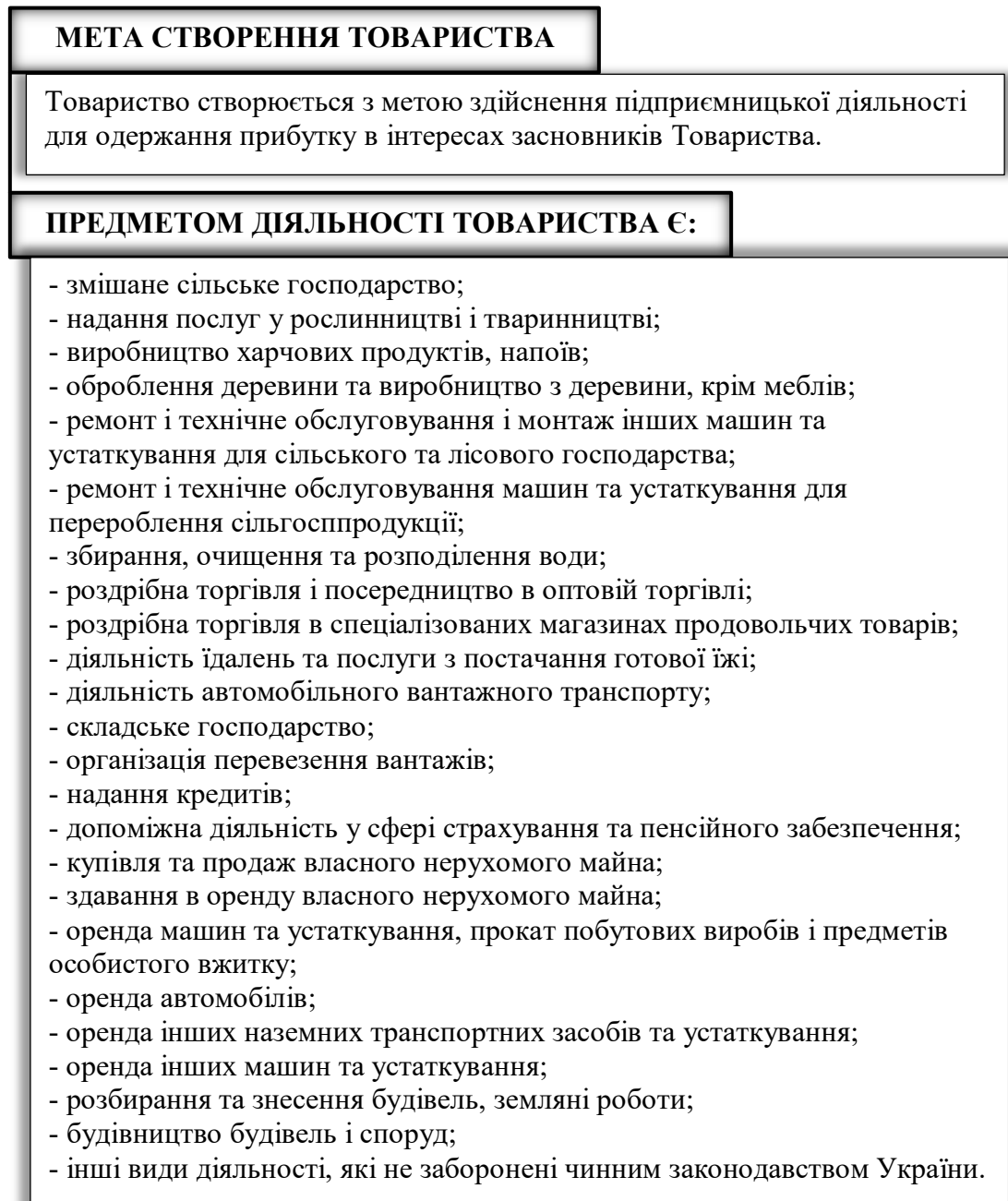


Рис. 2.1. Основна мета та предмет діяльності СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: сформовано автором за матеріалами Додатку А

Товариство є власником майна, яке передане йому засновниками,

продукції, яку вироблено в наслідок господарської діяльності, одержаних доходів, а також іншого майна, набутого на підставах, не заборонених законом. Джерелами формування цього майна на СТОВ «ГІРНИК» є:

- грошові та інші матеріальні внески Засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, а також від інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;
- капітальні вкладення та дотації з бюджету;
- безоплатні та благодійні внески, пожертвування організацій, підприємств та громадян;
- інші джерела, не заборонені чинним законодавством України.

Для забезпечення діяльності Товариства, за рахунок вкладів його Засновників створений статутний капітал. Статутний капітал СТОВ «ГІРНИК» складається з вартості вкладів Засновників та становить 7400 грн. підприємство має право змінювати розмір статутного капіталу. Таке рішення приймається загальними зборами Засновників. Також підприємством створюється резервний фонд у розмірі 25% статутного капітал за рахунок щорічних відрахувань 5% від чистого прибутку товариства. Ці кошти знаходяться у повному розпорядженні підприємства.

Прибуток СТОВ «ГІРНИК», після сплати податків в державний бюджет та інших обов'язкових відрахувань згідно з чинним законодавством, самостійно розпоряджається підприємство збори Засновників, та уповноважені ними органи. Частина чистого прибутку від діяльності:

- розподіляється між Засновниками пропорційна їх частинам у майні товариства в порядку і на умовах, передбачених зборами Засновників Товариства;
- створюється та поповнюється резервний фонд;
- накопичується нерозподілений прибуток.

В разі виникненні збитків у діяльності СТОВ «ГІРНИК», вони

покриваються за рахунок резервного фонду. Якщо цих коштів буде недостатньо, Засновники приймають рішення про додаткові джерела фінансування. Права та обов'язки Засновників наведено на рис. 2.2.

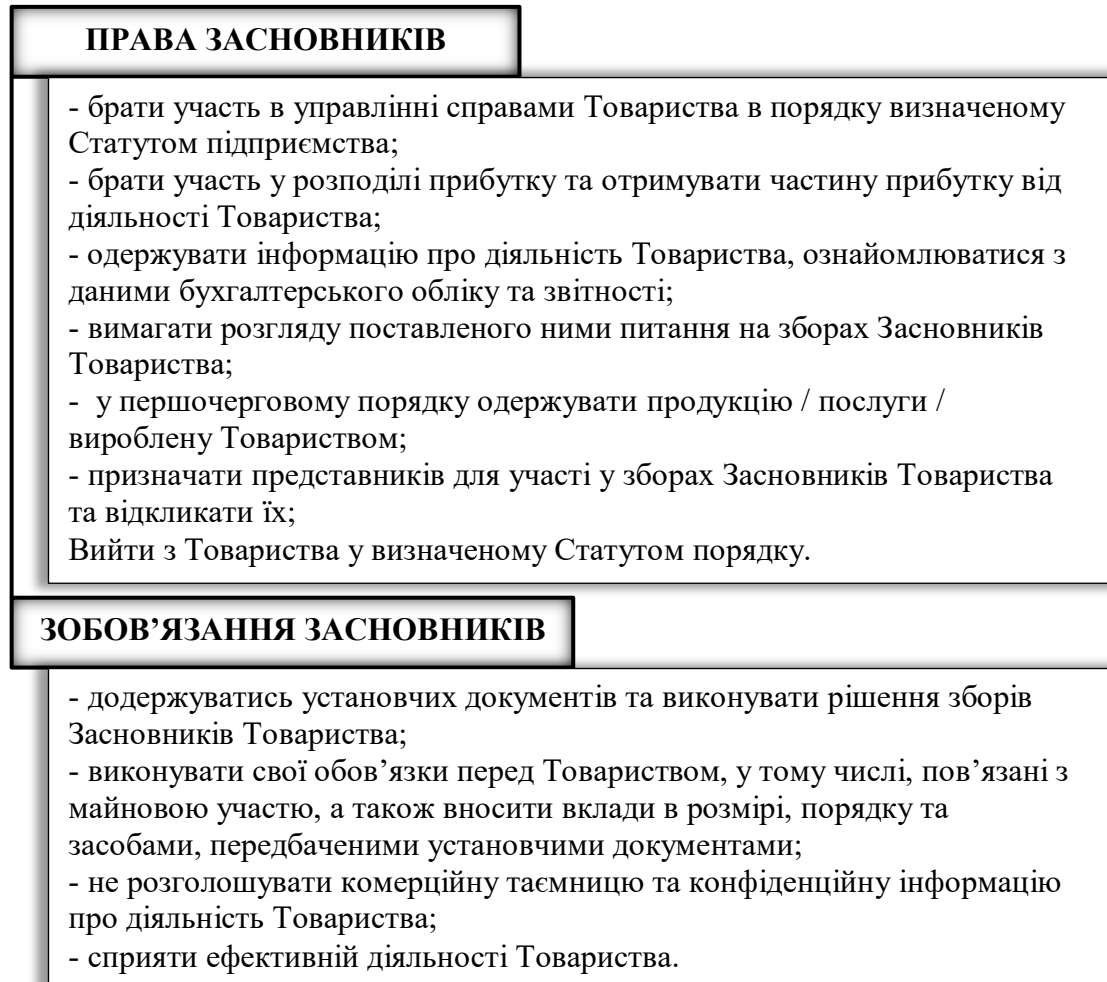


Рис. 2.2. Права та обов'язки Засновників СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: сформовано автором за матеріалами Додатку А

Вищим органом управління СТОВ «ГІРНИК» є загальні збори Засновників, в яких беруть участь Засновники або призначені ними представники. Кількість голосів кожного з Засновників на загальних зборах визначається пропорцією розміру частки Засновника у статутному капіталі: один голос – одна частка.

Трудовий колектив СТОВ «ГІРНИК» складають усі громадяни, які своєю працею беруть участь в його діяльності на основі трудового договору (контракту, угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника підприємства з СТОВ «ГІРНИК». СТОВ «ГІРНИК» самостійно

встановлює форми та системи оплати праці, розмір заробітної плати, а також інших видів винагороди працівників. Соціальні та трудові права працівників гарантуються чинним законодавством України. СТОВ «ГІРНИК» укладає з трудовим колективом колективний договір відповідно до чинного законодавства. Прийняття нових засновників Товариства та виключення з Засновників Товариства вирішується рішенням зборів Засновників. Нові Засновники вводяться до складу Засновників після внесення ними частки до статутного капіталу та внесення змін державної реєстрації.

Діяльність Товариства припиняється в разі його реорганізації / злиття, поділу, приєднання, перетворення / або ліквідації. Реорганізація здійснюється за рішенням зборів СТОВ «ГІРНИК». При реорганізації СТОВ «ГІРНИК» вся сукупність його прав та обов'язків переходить до правонаступника. СТОВ «ГІРНИК» може бути ліквідоване: за рішенням зборів Товариства; на підставі рішення господарського суду, у випадках відповідно до законодавства, або у разі визнання СТОВ «ГІРНИК» банкрутом.

Ліквідація СТОВ «ГІРНИК» проводиться призначеною зборами Товариства ліквідаційною комісією, а в разі ліквідації Товариства за рішенням господарського суду, ліквідаційною комісією, що призначається цим органом. З дня призначення ліквідаційної комісії до неї переходять усі повноваження по управлінню справами Товариством. Про початок ліквідації Товариства та строк подання заяв про претензії до нього, ліквідаційна комісія сповіщає в одному з офіційних друкованих видань.

Далі ліквідаційна комісія оцінює наявне майно СТОВ «ГІРНИК», визначає його кредиторів і дебіторів, розраховується з ними, вживає заходів щодо сплати боргів підприємства третім особам, складає ліквідаційний баланс, передавальний акт або розподільчий баланс у разі реорганізації і подає його на затвердження вищому органу Товариства або органу, що призначив ліквідаційну комісію.

СТОВ «ГІРНИК» визнається реорганізованим, або ліквідованим з часу внесення відповідного запису про державну реєстрацію припинення до ЄДР.

2.2. Аналіз фінансової та господарської діяльності досліджуваного підприємства

Аналіз фінансової та господарської діяльності СТОВ «ГІРНИК» можна провести за допомогою різних методів та інструментів, таких як фінансовий звіт, бюджетування, внутрішній та зовнішній аудит, аналіз показників рентабельності, ліквідності та ефективності використання ресурсів. Ці інструменти та методи дозволяють отримати повний обсяг інформації про фінансовий стан підприємства за досліджуваний період, який в роботі становить п'ять років, з 2018 по 2022 рік, його ефективність та конкурентоспроможність. Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва - один з основних джерел інформації про фінансовий стан СТОВ «ГІРНИК». Він містить інформацію про доходи, витрати, активи та зобов'язання сільськогосподарського підприємства за досліджуваний період часу. Проведений аналіз фінансових звітів за період 2018-2022 роки, дозволяє оцінити прибутковість СТОВ «ГІРНИК», його ліквідність та фінансовий стан.

В свою чергу бюджетування являє собою процес планування доходів та витрат СТОВ «ГІРНИК» на певний період часу. Він дозволяє керівництву підприємства контролювати фінансові ресурси та здійснювати управлінські рішення на основі прогнозованих показників.

Важливе значення під час проведення фінансово-господарського аналізу має внутрішній та зовнішній аудит - це процеси перевірки фінансової та господарської діяльності підприємства з метою виявлення можливих ризиків та недоліків, які можуть вплинути на його успішність і стабільність. Внутрішній аудит зазвичай проводиться спеціалістами внутрішньої аудиторської служби підприємства або в нашому випадку це може бути фаховий працівник СТОВ «ГІРНИК», тоді як зовнішній аудит може бути здійснений незалежними аудиторськими фірмами.

Проведення аналізу таких показників як, рентабельності, ліквідності та ефективності використання ресурсів дозволить оцінити ефективність

використання фінансових та матеріальних ресурсів СТОВ «ГІРНИК». Рентабельність вказує на здатність сільськогосподарського підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності, ліквідність вказує на його здатність виконувати свої фінансові зобов'язання, а ефективність використання ресурсів вказує на те, наскільки ефективно досліджуване підприємство використовує свої активи для генерації прибутку.

Загалом, проведення аналізу фінансової та господарської діяльності сільськогосподарського підприємства важливо для забезпечення його стабільності, розвитку та конкурентоспроможності. Аналіз дозволяє зрозуміти, як ефективно використовуються ресурси, виявити можливі ризики та проблеми, а також прийняти управлінські рішення для покращення фінансового стану СТОВ «ГІРНИК» в оперативній діяльності та на майбутнє.

Використовуючи «Фінансову звітність суб'єкта малого підприємництва» за 2018-2022 роки яка включає в себе форму 1 «Баланс» та форму 2 «Звіт про фінансові результати», проведемо оцінку ефективності використання активів та доходів, витрат та результатів діяльності СТОВ «ГІРНИК» за цей період.

Першим етапом в дослідженні підприємства буде аналіз активної частини звітності шляхом заповнення таблиці 2.1. показниками, які містить дана первинна документація.

Таблиця 2.1.

Аналіз показників структури активів СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх. 2022-2018
	2018	2019	2020	2021	2022	
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Основні засоби	11311,1	10842,4	10578,6	14400,3	13746,4	2435,3
первісна вартість	17743,0	18226,0	18864,9	23743,9	24104,5	6361,5
знос	6431,9	7383,6	8286,3	9343,6	10358,1	3926,2
Усього за розділом I	11311,1	10842,4	10578,6	14400,3	13746,4	2435,3
II. Оборотні активи						
Запаси	9739,4	9155,3	10928,0	11184,0	13114,9	3375,5

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5	6	7
у тому числі готова продукція	7600,8	6243,9	8063,9	7999,3	9137,6	1536,8
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	16,3	20,3	757,7	37,7	1346,6	1330,3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	118,3	52,8	61,0	362,6	88,0	-30,3
у тому числі з податку на прибуток	0	0	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	892,2	830,1	934,0	1488,6	745,7	-146,5
Гроші та їх еквіваленти	3312,1	10798,8	7960,6	6604,3	9082,9	5770,8
Витрати майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0
Інші оборотні активи	0	0	0	0	0	0
Усього за розділом II	14078,3	20857,3	20641,3	34077,5	38124,5	24046,2

Джерело: складено автором за даними Додатків Б,В,Г,Д,Е.

За результатами проведеного аналізу в таблиці 2.1 ми бачимо, що вартість основних засобів на підприємстві протягом 2018-2022 років збільшилась на 21,5%, відповідно показники зносу також пропорційна зросли.

Запаси підприємства також збільшились на 34,6%, зокрема готової продукції на складах збільшилась на 20,2%. Це говорить про те що підприємство інтенсивно використовує свої потужності та збільшує обсяги виробництва готової продукції, а її залишки на складах говорять про те що менеджери з реалізації дещо не допрацьовують або ж відбулися певні порушення в логістичних шляхах збутової діяльності.

Гроші та їх еквіваленти на СТОВ «ГІРНИК» за період з 2018 по 2022 рік також зросли в 2,7 рази. Це говорить про те що підприємство активно поведе свою комерційну діяльність попри те, що значна частина продукції залишається на складах. Гроші та їх еквіваленти на кінець року

накопичуються на рахунках підприємства.

Динаміка оборотних та необоротних активів більш наглядно представлена на рис. 2.3.

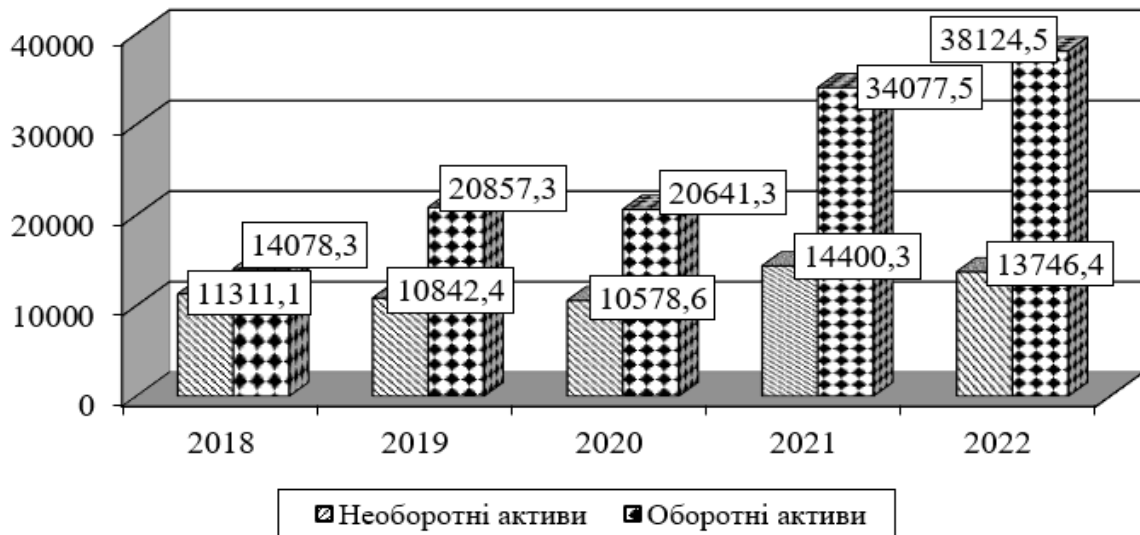


Рис. 2.3. Динаміка активів у сфері постійного та оборотного капіталу СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Як бачимо з динаміки, оборотні активи за досліджуваний період зрости в 2,7 рази, тоді як необоротні зросли не так стрімко, і показали збільшення в 1,2 рази. Але, в цілому, це позитивна динаміка діяльності СТОВ «ГІРНИК».

За даними активної частини балансу підприємства проведемо розрахунки показників майнового стану підприємства, та відобразимо їх в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Оцінка показників майнового стану СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх. 2022-2018
	2018	2019	2020	2021	2022	
Вартість розрахунково-грошового майна (Вр-г.м), грн.	4338,9	11702	9713,3	8493,2	11263,2	6924,3
Частка ОЗ в активах (Чоз), %	0,445	0,342	0,339	0,422	0,360	- 0,085
Коефіцієнт зносу ОЗ (Кзн.оз)	0,362	0,405	0,439	0,393	0,429	0,067
Коефіцієнт мобільності активів (Кмоб)	1,244	1,923	1,951	2,366	2,773	1,528

Джерело: розраховано автором за даними Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Методику розрахунків показників майнового стану СТОВ «ГІРНИК» наведено на рисунку 2.4.

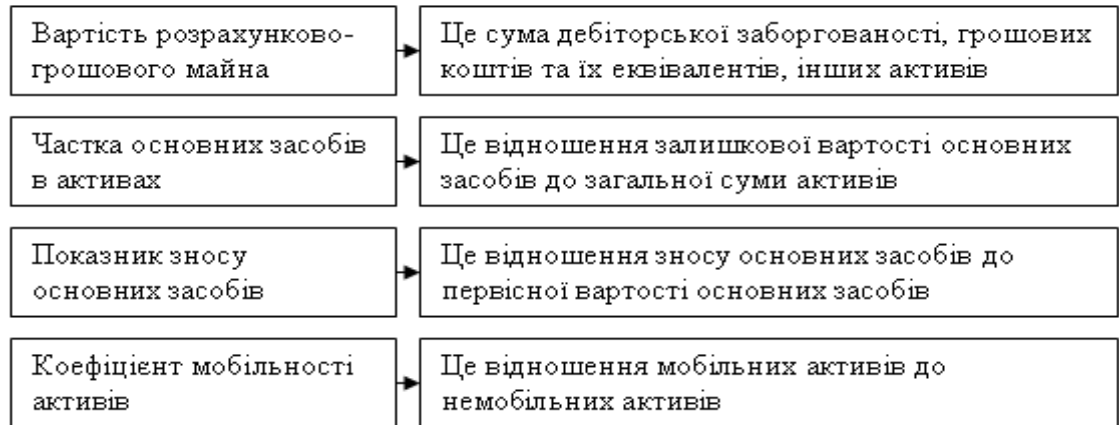


Рис. 2.4. Методика розрахунку показників оцінки майнового стану підприємства

Джерело: сформовано автором згідно загальновизнаних норм

Виходячи з результатів розрахунків таблиці 2.2. видно, що в цілому на підприємстві відбуваються негативні зміни. Кожен показник крім частки основних засобів в активах за 2018 та 2022 роки показав ріст, але значущість їх негативна рис. 2.5.

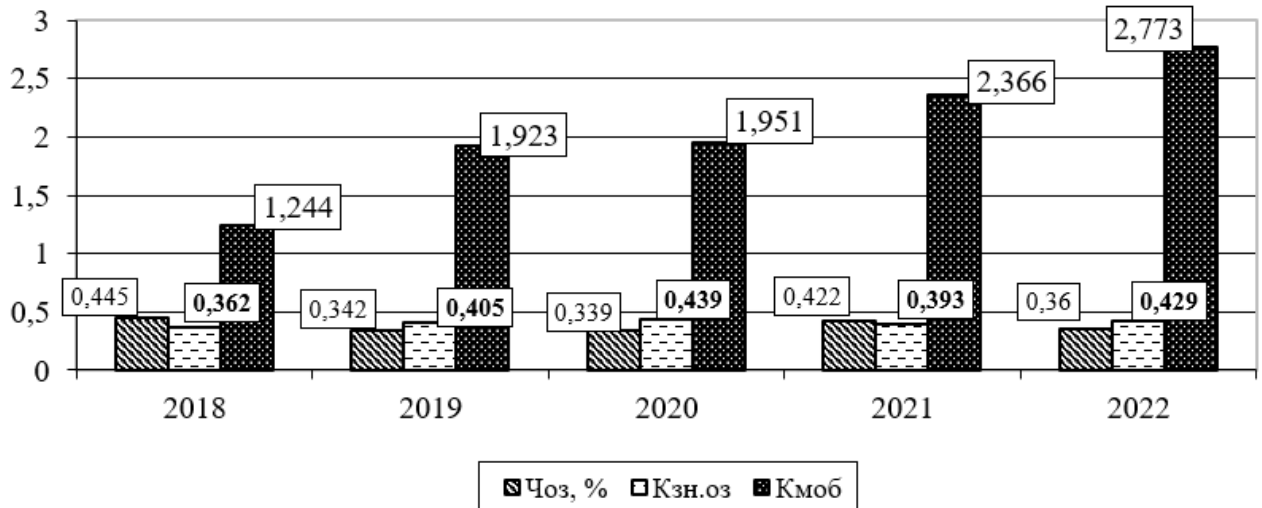


Рис. 2.5. Динаміка показників майнового стану СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: розраховано за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

З рисунка видно що частка основних засобів в активах хоч і не сильно але зменшилась (-0,085 процентних пункти). Це свідчить про зменшення інвестування підприємством у цей період в основні засоби. А те обладнання

яке є воно продовжує зношуватись. Це підтверджує і збільшення коефіцієнт зносу основних засобів, він зріс на 0,067 процентних пункти. Така негативна тенденція знижує конкурентоспроможність підприємства.

В той же час коефіцієнт мобільності активів СТОВ «ГІРНИК» відображає співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства, і даний показник зріс в 2.2 рази за досліджуваний період. Тобто питома вага активних основних засобів зросла, а відтак і виробничі можливості підприємства теж збільшились. Спостерігається збільшення коефіцієнта мобільності активів за досліджуваний період, тобто збільшення питомої ваги активних основних засобів. Це вказує на збільшення виробничих можливостей підприємства.

Наступною в дослідженні стане пасивна частина Балансу суб'єкта малого підприємництва СТОВ «ГІРНИК». Нашим завданням буде дослідити власний капітал підприємства, та чи були зміни в його пайовій частині, чи збільшується за досліджуваний період його додаткова та резервна частина. Також розглянемо яка ситуація з поточними зобов'язаннями підприємства. Структуру пасивів підприємства та їх аналіз наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Аналіз показників структури пасивів СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх.
	2018	2019	2020	2021	2022	2022-2018
1	2	3	4	5	6	7
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	7,4	7,4	7,4	7,4	7,4	0
Додатковий капітал	15926,0	15926,0	15926,0	19699,2	19699,2	3773,2
Резервний капітал	2300,0	2850,0	3350,0	3800,0	3800,0	1500
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	6664,6	12161,7	11097,5	9703,0	13031,1	6366,5
Усього за розділом I	24898,0	30945,1	30380,9	33209,7	36537,7	11639,7

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
III. Поточні зобов'язання						
Поточна кредиторська заборгованість за:	***	***	***	***	***	***
товари, роботи, послуги	0	0	0	0	850,5	850,5
розрахунками з бюджетом	91,7	222,6	89,8	106,3	114,4	22,7
розрахунками зі страхування	3,8	0	0	0	0	-3,8
розрахунками з оплати праці	47,1	29,5	51,7	55,4	63,0	15,9
Інші поточні зобов'язання	348,8	502,5	697,5	706,1	558,9	210,1
Усього за розділом III	491,4	754,6	839,0	867,8	1586,8	1095,4

Джерело: складено автором за даними Додатків Б,В,Г,Д,Е.

З аналізу таблиці 2.3 видно що в цілому пасивна частина балансу за період 2018-2022 роки демонструє збільшення. Бачимо, що пайова його частині за останні п'ять років є незмінною і становить 7400 грн. Натомість додаткова та резервна частка демонструють збільшення, що свідчить про позитивний клімат у розвитку підприємства. Зобов'язання підприємства також зростають за цей період майже в 3,2 рази.

Подальше дослідження господарської діяльності СТОВ «ГІРНИК» проведемо за такими чотирма блоками показників:

- 1) Аналіз ділової активності.
- 2) Аналіз рентабельності.
- 3) Аналіз фінансової стійкості.
- 4) Аналіз ліквідності та платоспроможності.

Розпочнемо з ділової активності підприємства. Дослідимо чи ефективно СТОВ «ГІРНИК» використовувало свої кошти протягом 2018-2022 років своєї діяльності. Це можна провести розрахувавши коефіцієнти ділової активності та заносючи їх результати до таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Показники ділової активності СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс.відх., (2022 - 2018)
	2018	2019	2020	2021	2022	
1. Коефіцієнт оборотності активів (Коа)	0,231	0,221	0,141	0,171	0,165	- 0,066
2. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Кодз)	4,2	6,5	3,3	3,1	2,9	- 1,272
3. Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддачі) (Кооз)	0,661	0,569	0,414	0,447	0,423	- 0,238
4. Коефіцієнт оборотності власного капіталу (Ковк)	0,235	0,226	0,145	0,175	0,170	- 0,065
5. Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	86	55	109	116	124	38

Джерело: розраховано за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Сам механізм розрахунку коефіцієнтів ділової активності таблиці 2.4. наведено на рис. 2.6.

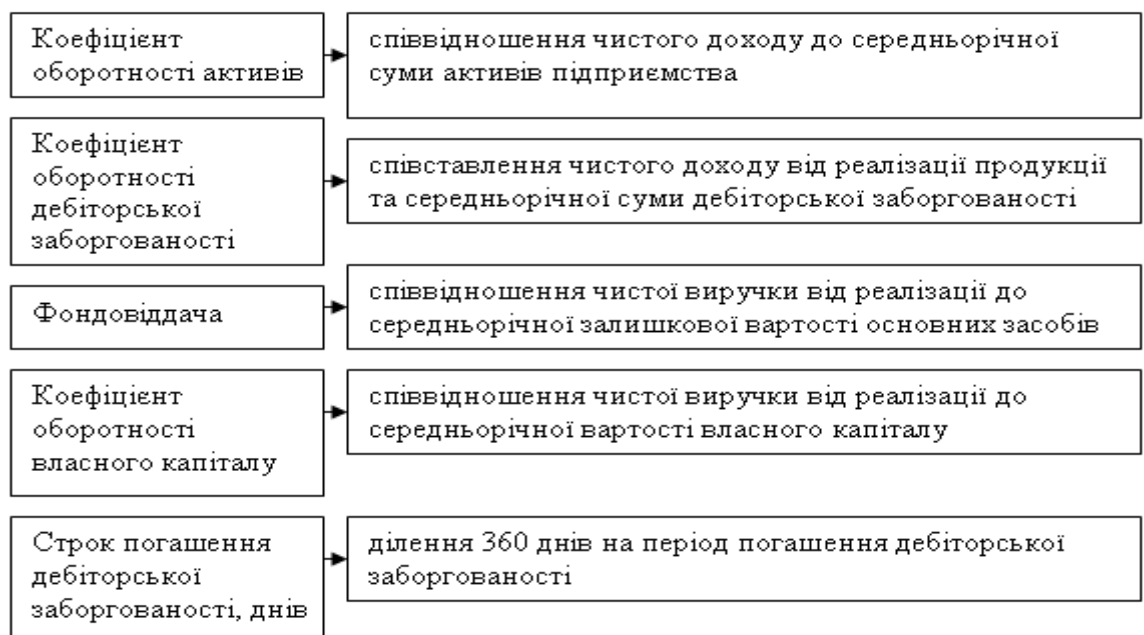


Рис. 2.6. Методика розрахунку показників оцінки ділової активності підприємства

Джерело: сформовано автором згідно загальновизнаних норм

В цілому показники за досліджуваний період мають додатне значення, але за період спостерігається їх зниження. Зниження ділової активності СТОВ «ГІРНИК» може свідчити про кілька можливих причин. Це може бути пов'язано зі змінами на ринку, економічною нестабільністю, низьким попитом на продукцію або послуги підприємства, недостатньою конкурентоспроможністю, а також внутрішніми проблемами, такими як недофінансування, поганий управлінський процес, конфлікти в колективі, неефективна організаційна структура чи низький рівень мотивації персоналу.

Важливо підходити до аналізу зниження ділової активності об'єктивно та системно, розглядаючи усі аспекти підприємницької діяльності, щоб досягнути стійкого позитивного результату.

Коефіцієнт оборотності активів знизився на 0,066 процентних пункти, тобто активи почали використовувати менш ефективно.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує на скільки інтенсивно обертається дебіторська заборгованість перед СТОВ «ГІРНИК». Цей коефіцієнт за період з 2018 по 2022 рік знизився майже в 2 рази.

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача) з кожним роком зменшується. Проте кожна одиниця основних засобів продовжує приносити прибуток. Але в цілому ситуація погіршується оскільки з кожним роком цей показник зменшується.

Навіть період погашення дебіторської заборгованості виріс з 86 днів до 124 днів. Це є негативною тенденцією в діяльності підприємства.

Досліджуючи зміни за період з 2018 по 2022 роки на СТОВ «ГІРНИК» ми спостерігаємо, що ділова активність в цілому має регресивний характер і всі показники мають від'ємні позначки за період, але в межах кожного року це все ж таки додатні значення, тобто в цілому підприємство веде прибуткову діяльність але активно прослідковується тенденція до спаду прибутковості. Тобто СТОВ «ГІРНИК» необхідно змінювати підходи в своїй діяльності, адже дана тенденція не є випадковою, адже період дослідження досить довгий і тенденція спадного характеру стійка.

Для більш наочного висвітлення даної ситуації відобразимо дані показники на рис. 2.7.

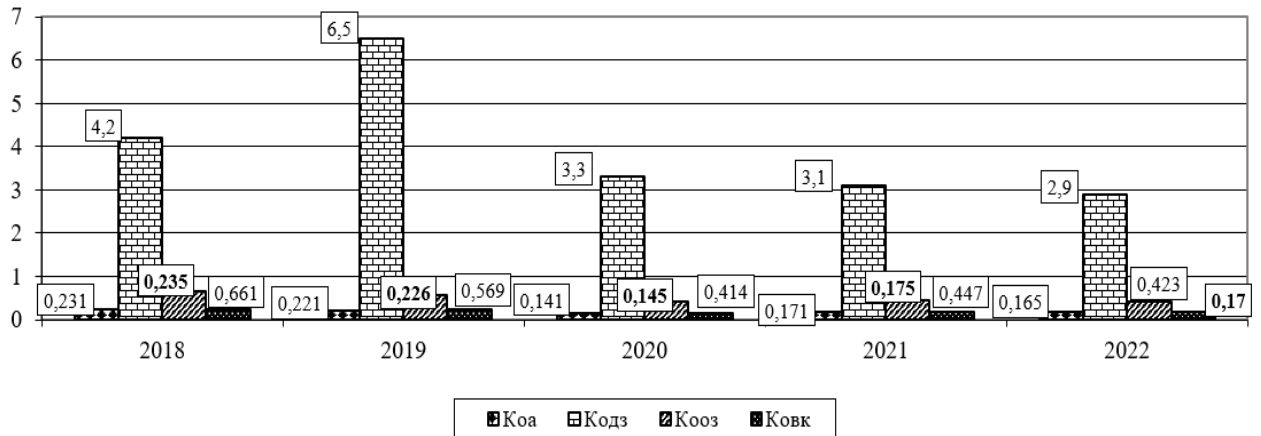


Рис. 2.7. Показники ділової активності СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за розрахунками табл. 2.4

Аналізуючи фінансові результати СТОВ «ГІРНИК» ми повинні розуміти, що загальна сума прибутку не є тим показником який відображає рівень ефективності діяльності підприємства. Щоб дослідити це глибше нам необхідно порівняти прибуток підприємства з понесеними ним витратами за цей період часу. Для цього ми розрахуємо наступні коефіцієнти які представлено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Показники рентабельності СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх., (2022- 2018)
	2018	2019	2020	2021	2022	
1. Коефіцієнт рентабельності активів (Кра)	0,445	0,354	0,236	0,239	0,175	- 0,269
2. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу (Крвк)	0,454	0,362	0,242	0,246	0,181	- 0,273
3. Коефіцієнт рентабельності діяльності (Крд)	0,482	0,401	0,418	0,351	0,266	- 0,216

Джерело: розраховано за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Загальний механізм розрахунку коефіцієнтів рентабельності таблиці 2.5. наведено на рис. 2.8.

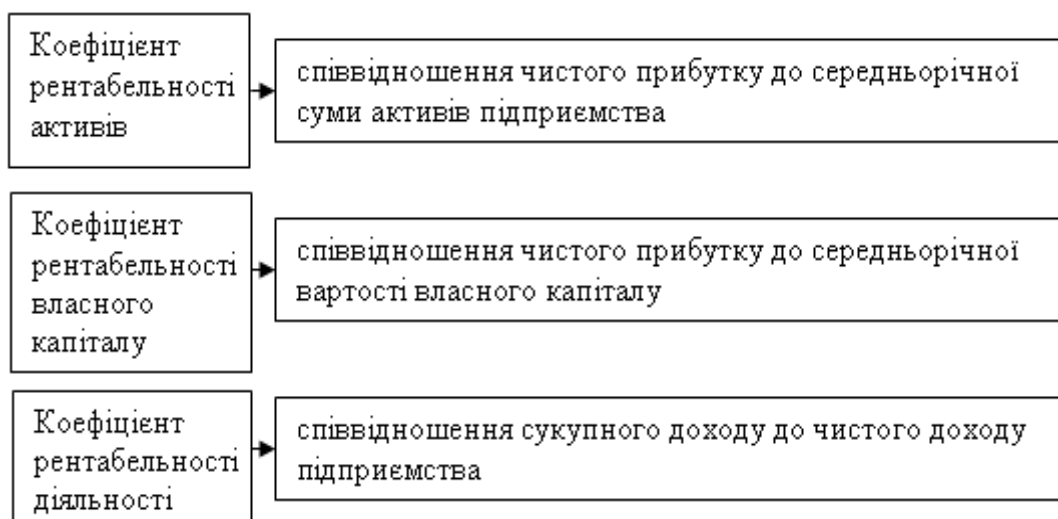


Рис. 2.8. Методика розрахунку показників рентабельності підприємства

Джерело: сформовано автором згідно загальновизнаних норм

З аналізу рентабельності ми бачимо що кожна копійка вкладень приносить підприємству прибуток, але загальна рентабельність знижується, якщо в 2018 році на 1 гривню підприємство отримувало 4 копійки прибутку то станом на 2022 рік це вже 2 копійки, тобто зниження по всіх показниках рентабельності майже в 2 рази. Це більш наглядно демонструє рис. 2.9.

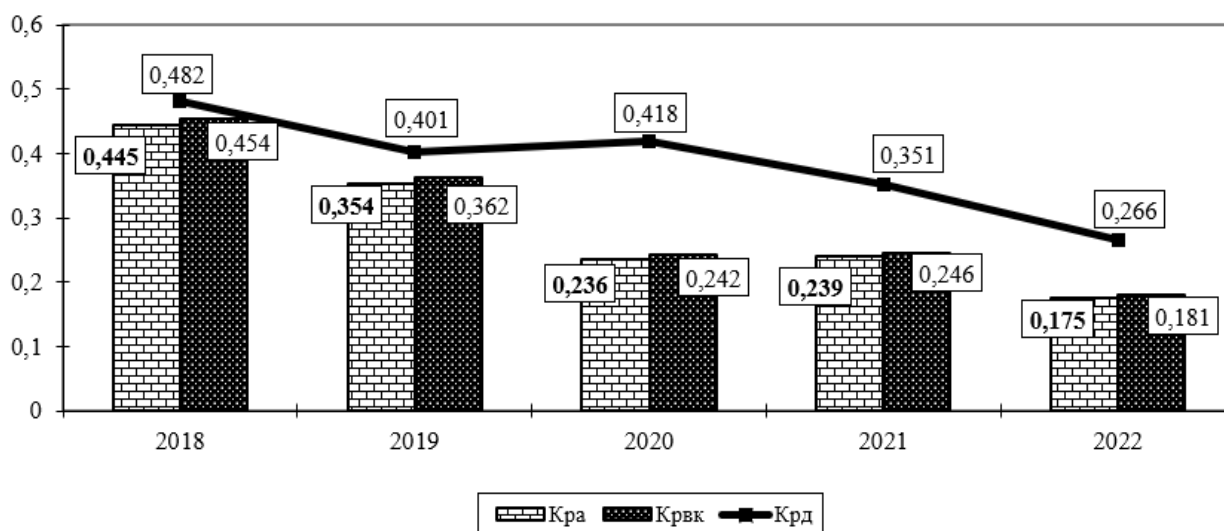


Рис. 2.9. Показники рентабельності СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано автором за розрахунками табл. 2.5

Важливим завданням є дослідити показники фінансової стійкості СТОВ «ГІРНИК». Ці показники відображають в стані підприємства чи є воно фінансово ризиковим, і наскільки залежить від позикового капіталу. Тобто

наскільки СТОВ «ГІРНИК» є платоспроможним в часі, чи коректно веде себе та витримує умови фінансової рівноваги між власними засобами та залученими ззовні. Тобто нам потрібно з'ясувати чи окупаються ресурси які були залучені СТОВ «ГІРНИК» в діяльність за рахунок грошових надходжень, та чи прибуток буде забезпечувати самофінансування та незалежність СТОВ «ГІРНИК» від зовнішніх джерел формування активів.

Оскільки наше підприємство є сільськогосподарським, а в дані галузі ціни на продукцію та послуги щосезону чи щороку дуже змінюються, це може досить суттєво впливати на прибутковість підприємства та рівень його дохідної частини. Зважаючи на ситуацію яка склалася останні два роки в зв'язку з агресією росії логістичні шляхи були порушені і внутрішній ринок сільськогосподарської продукції став перенасиченим, кількість готової продукції на складах зросла, а вартість знизилась. Тому з урахуванням таких зовнішніх факторів картина фінансової стійкості змінилась. В таблиці 2.6. наведемо показники фінансової стійкості досліджуваного підприємства за період з 2018 по 2022 роки.

Таблиця 2.6

Показники фінансової стійкості СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх., (2022-2018)
	2018	2019	2020	2021	2022	
1. Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами (Кзоавк)	0,965	0,964	0,959	0,552	0,598	- 0,367
2. Маневреність робочого капіталу (Кмрк)	0,717	0,455	0,552	0,594	0,575	- 0,141
3. Маневреність власних обігових коштів (Кмвок)	0,244	0,537	0,402	0,351	0,398	0,154
4. Коефіцієнт покриття запасів (Кпз)	1,395	2,196	1,812	1,682	1,802	0,407
5. Коефіцієнт фінансової автономії (Кфа)	0,980	0,976	0,973	0,974	0,958	- 0,022

Джерело: розраховано автором за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Механізм розрахунку коефіцієнтів фінансової стійкості таблиці 2.6. наведено на рис. 2.10.

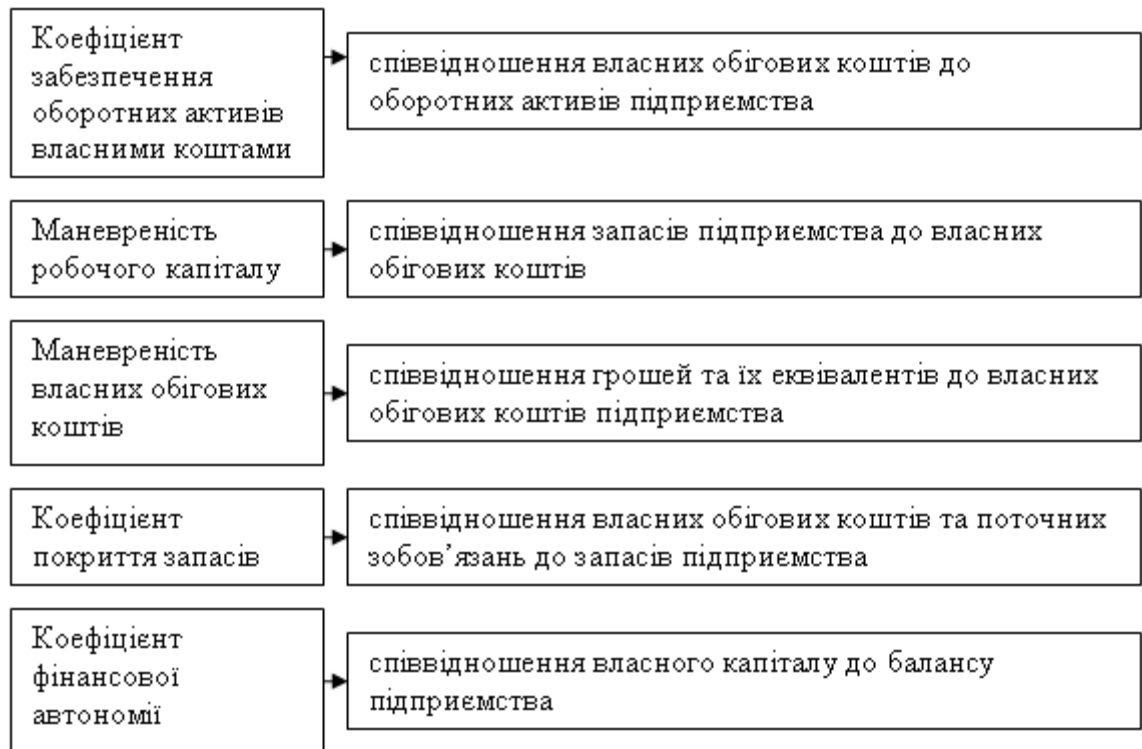


Рис. 2.10. Методика розрахунку показників фінансової стійкості підприємства

Джерело: сформовано автором згідно загальновизнаних норм

З проведеного аналізу бачимо, що в цілому показники є додатними але в динаміці є від'ємні значення по таких коефіцієнтах як коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами, маневреності робочого капіталу та коефіцієнту фінансової автономії. Дані показники є взаємопов'язаними та впливають один на одного. Дещо краща ситуація в власними обіговими коштами, та покриттям запасів. Тобто на фоні загального погіршення інших показників підприємство намагається ефективніше використовувати свої обігові кошти, тобто підприємство стало швидше конвертувати свої активи в обігові кошти. Це також свідчить і про те що підприємство зменшує свої заборгованості і збільшує свої грошові резерви. Це може бути свого роду стратегічним рішенням щоб в майбутньому ці кошти інвестувати в підприємство. Хоча в цілому загрози різкої втрати платоспроможності у підприємства на даний момент немає, все ж тенденція до такого стану проглядається і керівництву СТОВ «ГІРНИК» варто над цим більш детально попрацювати та внести корективи в свою стратегію розвитку.

Для більш детального ознайомлення з ситуацією щодо фінансової стійкості СТОВ «ГІРНИК» представимо дані показники у вигляді гістограми (рис. 2.11).

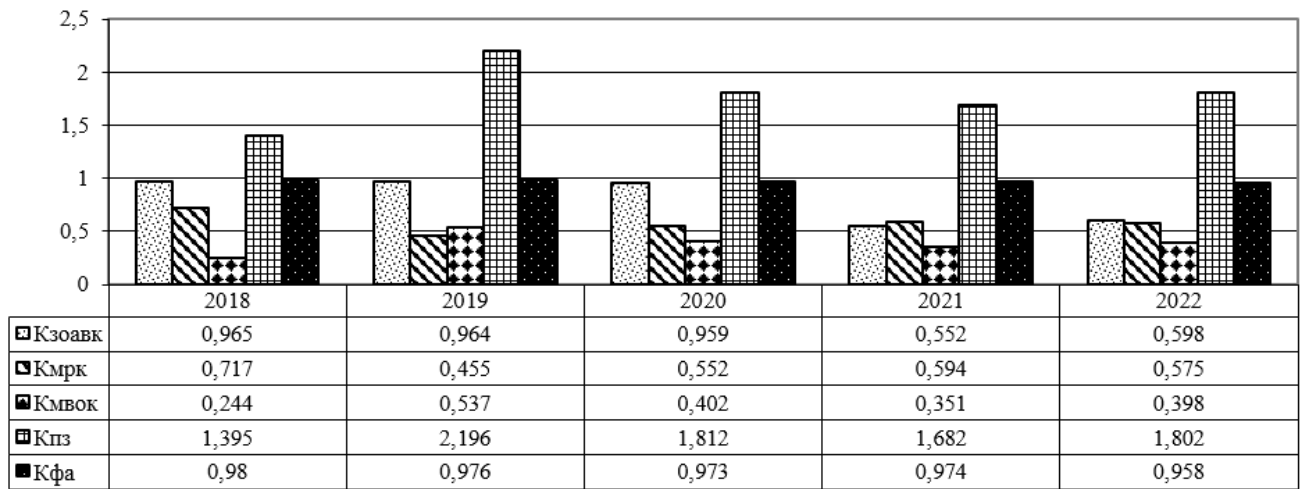


Рис. 2.11. Показники фінансової стійкості СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано автором за розрахунками табл. 2.6

Останній блок показників досліджують стан ліквідності та платоспроможності підприємства за досліджуваний період. За допомогою цих показників ми з'ясуємо чи є збалансованими поточні зобов'язання та оборотні активи СТОВ «ГІРНИК». І чи можлива ситуація виникнення розривів в платіжному календарі (табл. 2.7.).

Таблиця 2.7

Показники ліквідності СТОВ «ГІРНИК»

Показники	На кінець року					Абс. відх., (2022р.- 2018р.)
	2018	2019	2020	2021	2022	
1. Показник покриття (Пп)	28,649	27,640	24,602	39,269	24,026	- 4,623
2. Показник швидкої ліквідності (Пшл)	8,829	15,507	11,577	9,787	7,098	- 1,731
3. Показник абсолютної ліквідності (Пал)	6,740	14,310	9,488	7,610	5,724	- 1,016

Джерело: розраховано автором за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Механізм розрахунку показників ліквідності СТОВ «ГІРНИК» таблиці 2.7. наведено на рис. 2.12.

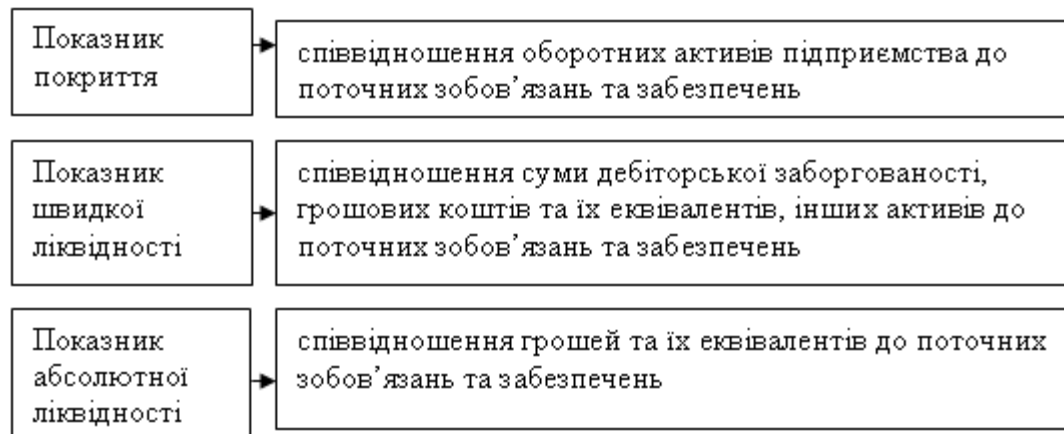


Рис. 2.12. Методика розрахунку показників ліквідності підприємства

Джерело: сформовано автором згідно загальновизнаних норм

Для більш детального ознайомлення з даними показниками представимо їх у вигляді гістограми (рис. 2.13).

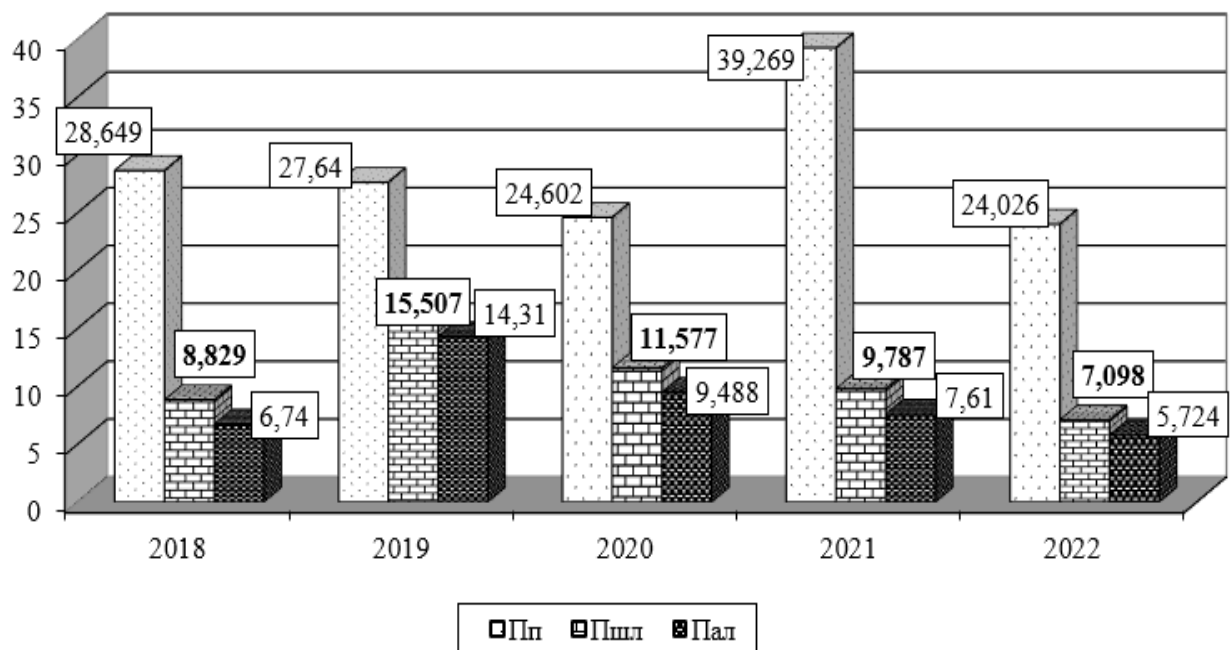


Рис. 2.13. Показники ліквідності СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за розрахунками табл. 2.7

Дані показники є більшими за нормативне значення (більше 1), а це свідчить, що в цілому підприємство не має значних фінансових ризиків та ризиків втрати ліквідності та платоспроможності в короткостроковому періоді.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності діяльності СТОВ «ГІРНИК»

Дослідження фінансових результатів діяльності сільськогосподарського підприємства дасть змогу виокремити ключові фактори, які впливають на його успішність і прибутковість, а головне наскільки воно є конкурентоспроможним на зовнішньому ринку.

Під час такого дослідження важливо проаналізувати звіт про фінансові результати підприємства, а саме дохідну та витратну його частину. Також необхідно дослідити прибутковість, чи збитковість діяльності, та скільки прибутку припадає на кожного працівника підприємства.

Також важливо врахувати ефективність управління запасами, витратами на виробництво, обігові активи та пасиви, а також можливі ризики, пов'язані зі змінами в ринкових умовах, погодними умовами та іншими факторами, що впливають на сільське господарство.

Крім того, дослідження фінансових результатів діяльності сільськогосподарського підприємства може допомогти виявити потенційні ризики та виробити стратегії їхнього управління. Наприклад, виявлення залежності від погодних умов може привести до необхідності розробки плану ризик-менеджменту, що включає в себе заходи зі страхування врожаю, диверсифікацію виробництва та інші заходи з мінімізації можливих втрат, що в подальшому вплине на конкурентоспроможність та стійкість підприємства.

У випадку, якщо дослідження фінансових результатів показало негативні тенденції у діяльності підприємства, це зможе заохотити власників або керівництво звернутися до фахівців для розробки стратегії виходу з кризової ситуації, виявлення нових шляхів розвитку або навіть перегляду бізнес-моделі. Таке дослідження може послужити поштовхом для впровадження необхідних змін та удосконалення управлінської практики.

Також важливо враховувати індивідуальні особливості сільськогосподарського сектору, такі як сезонність у виробництві, залежність від кліматичних умов та інші аспекти, які можуть впливати на фінансовий стан

підприємства та його конкурентоспроможність.

В таблиці 2.8. наведені основні показники фінансових результатів СТОВ «ГІРНИК» за період з 2018 по 2022 роки діяльності.

Таблиця 2.8.

Аналіз фінансових результатів діяльності СТОВ «ГІРНИК», тис. грн

№ з/п	Показники	На кінець року					Абс. відх., (2022р.-2018р.)
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	20590,5	25213,3	17755,8	22322,1	23804,1	3213,6
2	Інші операційні доходи	569,6	821,4	954,8	386,1	219,3	-350,3
3	Інші доходи	16,1	0	111,4	71,0	0	-16,1
4	Разом доходи	21176,2	26034,7	18822	22779,2	24023,4	2847,2
5	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	10648,1	15278,7	10772,6	14225,4	16858,9	6210,8
6	Інші операційні витрати (витрати на збут)	603,2	648,4	618,3	725,0	836,5	233,3
7	Інші витрати	0	0	0	0	0	0
8	Разом витрати	11251,3	15927,1	11390,9	14950,4	17695,4	6444,1
9	Фінансові результати до оподаткування	9924,9	10107,6	7431,1	7828,8	6328,0	-3596,9
10	Податок на прибуток	0	0	0	0	0	0
11	Чистий прибуток	9924,9	10107,6	7431,1	7828,8	6328,0	-3596,9
12	Середньооблікова чисельність працівників, осіб	28	27	25	23	21	-7
13	Ефективність роботи одного зайнятого на підприємстві	354,4	374,3	297,2	340,3	301,3	-53,1

Джерело: сформовано та розраховано автором за матеріалами Додатків Б,В,Г,Д,Е.

Вплив доходів СТОВ «ГІРНИК» на його конкурентоспроможність визначається кількома факторами, які взаємодіють між собою. Доходи СТОВ «ГІРНИК» впливають на його можливості і потенціал для конкуренції на ринку. Рівень доходів може визначати, наскільки СТОВ «ГІРНИК» може інвестувати в вдосконалення продукції, маркетинг, дослідження та розвиток,

що в свою чергу впливає на його здатність конкурувати з іншими підприємствами у своїй галузі.

Як видно з таблиці основну дохідну частину формує виручка від реалізації товарів робіт та послуг, і вона з кожним роком на підприємстві зростає. Натомість операційні доходи та інші доходи скорочуються. Наглядно це демонструє рис. 2.14.

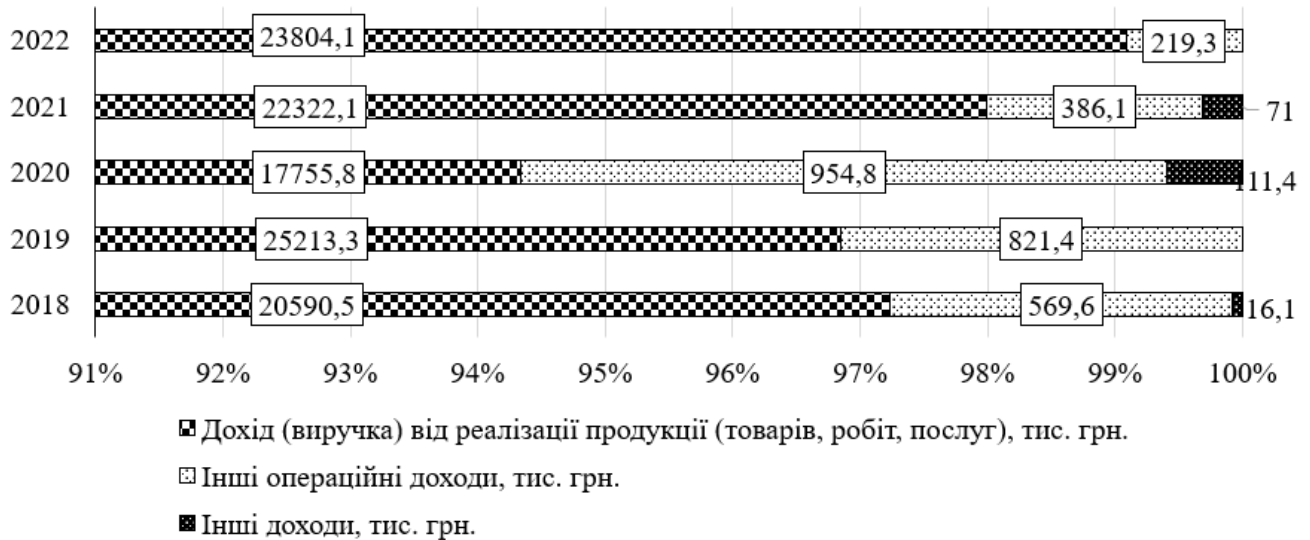


Рис. 1.14. Динаміка доходів СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за розрахунками табл. 2.8

Одним з основних способів, як доходи підприємства впливають на його конкурентоспроможність, є можливість вкладати кошти в дослідження та розвиток. Це дозволяє підприємству створювати нові продукти, вдосконалювати існуючі, а також впроваджувати нові технології, які можуть поліпшити якість його продукції або послуг. Це дає підприємству перевагу у конкурентній боротьбі на ринку.

Крім того, доходи підприємства можуть використовуватися для створення більш ефективних маркетингових стратегій, що дозволяє підприємству більш успішно просувати свою продукцію або послуги, відзначати їх від конкурентів та залучати більше клієнтів. Як результат, підприємство може зайняти сильнішу позицію на ринку і мати перевагу над конкурентами. Проте не завжди вищі доходи гарантують підприємству конкурентні переваги. Потрібно також враховувати ефективне управління

ресурсами, оптимальне використання фінансових засобів, раціональне планування та виконання бізнес-стратегій, а також вміння пристосовуватися до змін на ринку.

Повинна існувати баланс між збільшенням доходів та ефективним використанням цих доходів. Наприклад, підприємство з великими доходами може витратити більше коштів на рекламу і маркетинг, що дозволяє йому зайняти сильну позицію на ринку. Однак, якщо ці ресурси використовуються неефективно, підприємство може стикнутися з проблемами у керуванні фінансами та збитковості.

У підсумку, можна сказати, що доходи підприємства безперечно впливають на його конкурентоспроможність. Однак, успішність підприємства на ринку визначається не лише величиною доходів, але й ефективним управлінням цими доходами та здатністю адаптуватися до змінних умов конкурентного середовища. Тому постає необхідність в дослідженні і витратної його частини (рис. 2.15.).

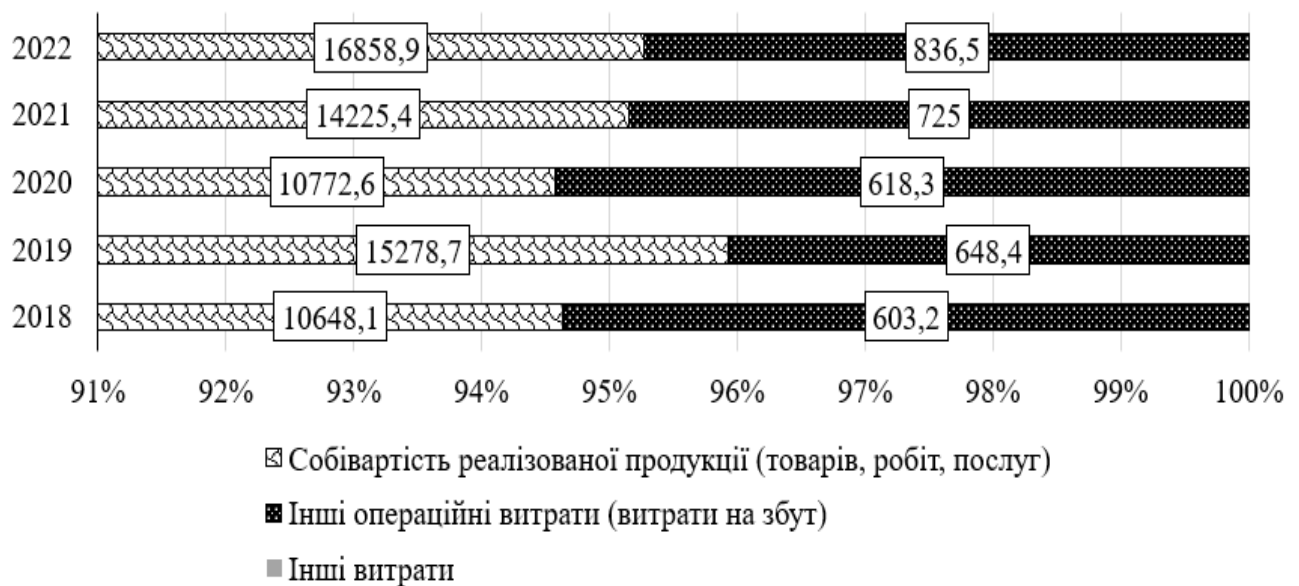


Рис. 1.15. Динаміка витрат СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за розрахунками табл. 2.8

Вплив витрат СТОВ «ГІРНИК» на його конкурентоспроможність є важливим фактором у його діяльності. Управління витратами може мати значущий вплив на фінансове здоров'я СТОВ «ГІРНИК» та його можливість

конкурувати на ринку. Ефективне управління витратами СТОВ «ГІРНИК» допомагає знижувати загальні витрати виробництва, що в свою чергу може призвести до збільшення прибутковості. Нижчі витрати можуть дати можливість СТОВ «ГІРНИК» знизити ціни на свою продукцію, що зробить її більш привабливою для споживачів та конкурентоспроможною на ринку.

Крім того, оптимізація витрат дозволить СТОВ «ГІРНИК» мати більше фінансових ресурсів для інвестування в нові технології, дослідження та розвиток, що може позитивно впливати на інновації та розвиток продукції. Це, в свою чергу, допоможе СТОВ «ГІРНИК» залишатися конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі через постійне вдосконалення продукції та впровадження нових технологій.

Зростання витрат може призвести до зниження конкурентоспроможності підприємства. Неправильне управління витратами, неефективне використання ресурсів та витрати, які не відповідають цілям підприємства, можуть призвести до погіршення фінансового стану підприємства та підвищення вартості продукції, що може ускладнити конкуренцію на ринку.

Для того щоб впливати на конкурентоспроможність через витрати, СТОВ «ГІРНИК» необхідно вивчати та аналізувати свої витрати, визначати пріоритети у використанні ресурсів, шукати шляхи для зниження надмірних витрат та оптимізації виробництва. Також важливо розробляти стратегії залучення ресурсів та контролю витрат для забезпечення стійкої конкурентоспроможності у майбутньому.

Отже, витрати підприємства безпосередньо впливають на його конкурентоспроможність. Ефективне управління витратами, використання ресурсів та оптимізація виробничих процесів можуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності, тоді як неефективне управління витратами може стати перешкодою для розвитку підприємства на ринку.

Також важливу роль відіграє такий показник як ефективність одного зайнятого на підприємстві. Цей показник безпосередньо впливає на

конкуентоспроможність підприємства. Конкуентоспроможність підприємства визначається його здатністю обґрунтовувати та збільшувати своє місце на ринку в умовах жорсткої конкуренції. Ефективність працівників є ключовим фактором, який впливає на успіх СТОВ «ГІРНИК» рис. 2.16.

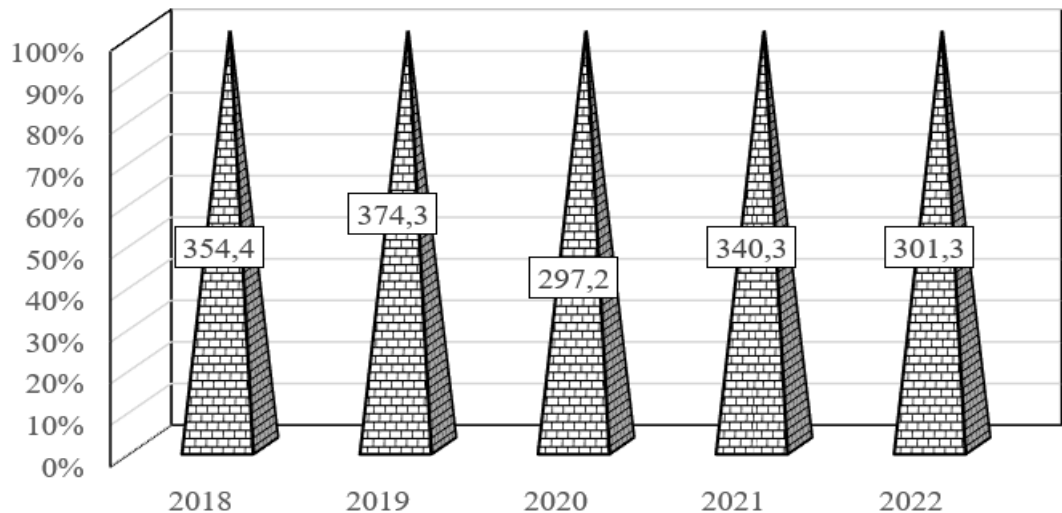


Рис. 1.16. Ефективність одного зайнятого працівника

протягом року на СТОВ «ГІРНИК», тис. грн

Джерело: побудовано за розрахунками табл. 2.8

Ефективність працівників СТОВ «ГІРНИК» вимірюємо шляхом ділення кількості виробленої продукції або наданих послуг на кількість зайнятих працівників. Якщо кожен працівник виявляє високу продуктивність та ефективність у виконанні своїх обов'язків, це призведе до збільшення виробничого потенціалу підприємства та зниження загальних витрат.

Додатково, ефективність працівників може відображати рівень їхньої мотивації та задоволеності роботою. Задоволені та мотивовані працівники зазвичай проявляють вищу ефективність в роботі, що може привести до покращення загальної продуктивності підприємства.

Окрім цього, ефективність працівників безпосередньо впливає на якість продукції або послуг, які надає СТОВ «ГІРНИК». Висока якість продукції та послуг дозволяє створити перевагу в конкурентному середовищі та залучити нових клієнтів, що сприятиме збільшенню конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК».

Отже, ефективність кожного зайнятого на СТОВ «ГІРНИК» має безпосередній вплив на його конкурентоспроможність через збільшення продуктивності, зниження витрат та покращення якості продукції чи послуг. Максимізуючи ефективність працівників, підприємство може збільшити свою конкурентоспроможність та зайняти більш міцну позицію на ринку.

До системи показників оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства також відносяться і такі показники як:

- 1) Показник ефективності збутової (маркетингової) політики.
- 2) Показник ефективності товарної політики
- 3) Показник ефективності цінової політики (коефіцієнт фінансового результату).

В таблиці 2.9. наведено результати розрахунку даних показників.

Таблиця 2.9.

Показники ефективності діяльності СТОВ «ГІРНИК»

№ з/п	Показники	На кінець року					Абс. відх., (2022р.-2018р.)
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Показник ефективності збутової (маркетингової) політики	0,029	0,025	0,034	0,032	0,035	0,006
2	Показник ефективності товарної політики	34,135	38,885	28,717	30,789	28,456	-5,678
3	Показник ефективності цінової політики	16,453	15,588	12,018	10,798	7,564	-8,888

Джерело: розраховано за даними табл. 2.8

Показник ефективності маркетингової політики безпосередньо впливають на конкурентоспроможність СТОВ «ГІРНИК». Маркетингова політика включає в себе широкий спектр стратегій і дій, спрямованих на позиціонування продуктів чи послуг на ринку та задоволення потреб споживачів. Цей показник включає у себе рівень продажів, показник ефективності рекламних кампаній, витрати на залучення нових клієнтів та

утримання існуючих. Якщо ці показники вказують на успішність маркетингових зусиль, це може позитивно відобразитися на конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК». На рис. 2.17.

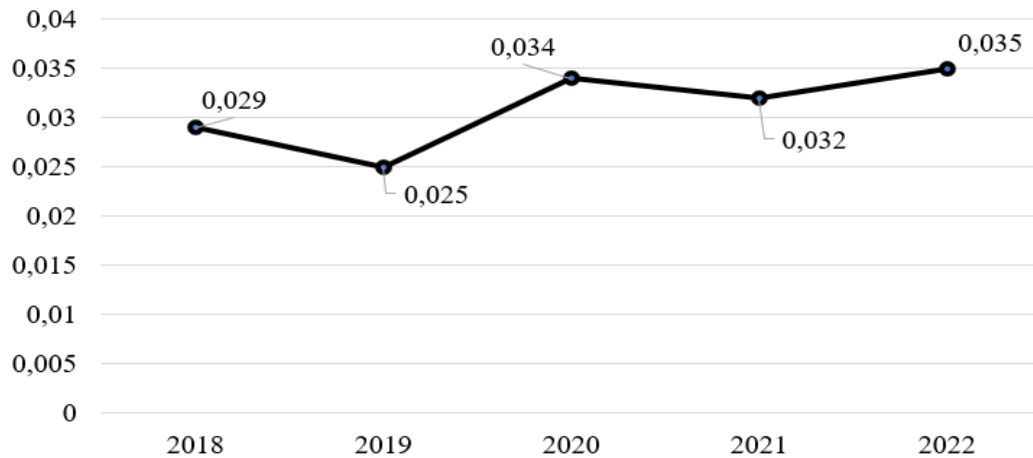


Рис. 2.17. Динаміка ефективності

маркетингової політики СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за даними табл. 2.9

Показник ефективності маркетингової політики в цілому має тенденцію до збільшення і має величезне значення для конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК», оскільки успішна маркетингова стратегія може призвести до підвищення продажів, залучення нових клієнтів та збереження існуючих, що у свою чергу забезпечить стійке місце на ринку та підвищить конкурентоспроможність підприємства.

Важливими є показники ефективності товарної та цінової політики, які також суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства рис. 2.18.

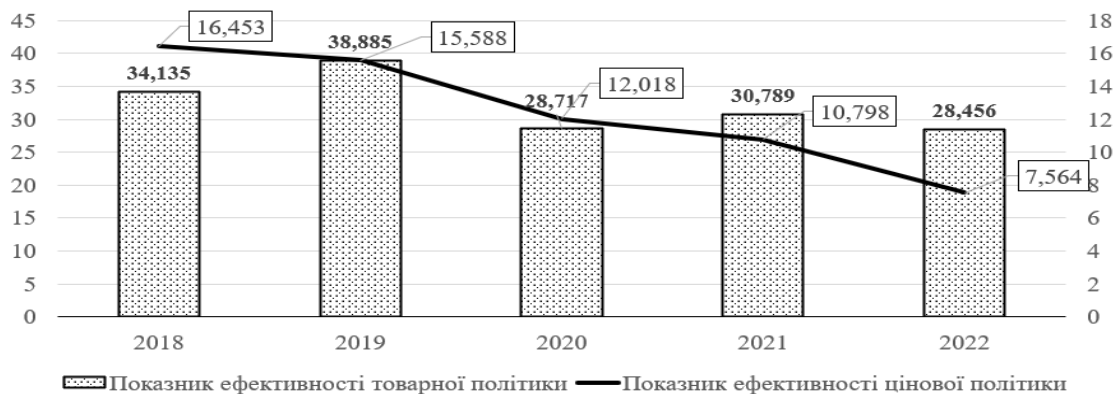


Рис. 2.18. Динаміка ефективності товарної та

цінової політики СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: побудовано за даними табл. 2.9

Ефективність товарної політики визначається успішністю стратегій розробки продукції, якість товарів і послуг, їх відповідністю очікуванням цільової аудиторії, та здатністю відповідати вимогам ринку. Якщо продукція відповідає потребам споживачів та відповідає їх очікуванням, підприємство може здобути перевагу над конкурентами.

Цінова політика також має значний вплив на конкурентоспроможність. Ефективність цінової політики може бути виміряна через такі показники, як рентабельність, цінову еластичність попиту, динаміку цін на ринку, і здатність пристосовувати ціни до змін у споживчих вподобаннях та конкурентному середовищі. Правильний підхід до встановлення ціни може допомогти підприємству зайняти вигідну позицію на ринку, привернути більше клієнтів та забезпечити стійкість в умовах конкуренції. Нажаль на досліджуваному підприємстві дані показники мають спадний характер, в зв'язку з цим, це може істотно вплинути на погіршення конкурентоспроможності підприємства.

Після проведення дослідження сільськогосподарського підприємства можна розробити план дій для поліпшення його конкурентоспроможності. Цей план може включати в себе такі заходи, як оптимізація виробництва, розширення ринків збуту, впровадження нових технологій, удосконалення управління ризиками та збільшення ефективності управління фінансами.

Також важливо забезпечити моніторинг та контроль за виконанням запланованих заходів і регулярно оновлювати плани відповідно до змін в економічних умовах та ринковому середовищі.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Пропозиції щодо покращення конкурентоспроможності на СТОВ «ГІРНИК»

Проблеми управління та підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства можуть бути вкрай складними, оскільки сільськогосподарські підприємства піддаються впливу різноманітних факторів, таких як кліматичні умови, ринкові коливання, технологічні інновації та регулююча політика держави.

Однією з ключових проблем управління аграрним підприємством є нестабільність ринкових умов. Аграрні підприємства часто змушені пристосовуватися до змін у попиті, цінах на свою продукцію та доступності ресурсів. Щоб керувати цими коливаннями, СТОВ «ГІРНИК» повинен мати гнучкі стратегії управління, такі як:

- 1) диверсифікація виробництва;
- 2) пошук нових ринків збуту;
- 3) ефективне управління запасами.

Ще однією проблемою може бути обмежений доступ до фінансових ресурсів, особливо для невеликих аграрних підприємств, яким є СТОВ «ГІРНИК». Управління платіжними потоками, пошук альтернативних джерел фінансування та ефективне управління оборотними коштами можуть допомогти подолати ці обмеження.

Обмежений доступ до фінансових ресурсів є серйозним викликом для багатьох малих сільськогосподарських підприємств і для СТОВ «ГІРНИК» також. Без належного фінансування ці підприємства можуть бути обмежені в можливостях розвитку, модернізації та конкурентоспроможності. Для подолання цієї проблеми пропонуємо вжити декілька підходів рис. 3.1.



Рис. 3.1. Альтернативні підходи сільськогосподарського підприємства для покращення доступу до фінансових ресурсів

Джерело: розроблено автором

Не варто забувати і про вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства. Зовнішнє та внутрішнє середовище мають значний вплив на конкурентоспроможність малих сільськогосподарських підприємств рис. 3.2, та 3.3.



Рис. 3.2. Фактори впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства

Джерело: розроблено автором

Зовнішнє середовище включає фактори, такі як ринкові умови, законодавство, конкуренція, кліматичні умови та доступність ресурсів. Негативні зміни в ринкових умовах або зміни в законодавстві можуть вплинути на споживчий попит, цінову конкуренцію та витрати виробництва. Також, зміни кліматичних умов можуть впливати на врожайність та витрати на обробіток землі. Крім того, доступність фінансових ресурсів та технологічний прогрес також є важливими чинниками зовнішнього середовища, які впливають на конкурентоспроможність.



Рис. 3.3. Фактори впливу зовнішнього середовища на

конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства

Джерело: розроблено автором

Внутрішнє середовище включає фактори, такі як керування, ресурси, технології та маркетинг. Ефективне управління виробництвом та оптимізація витрат можуть позитивно вплинути на конкурентоспроможність. Використання сучасних технологій, які підвищують продуктивність та якість продукції, може бути ключовим фактором успіху. Крім того, ефективні маркетингові стратегії та здатність адаптуватися до змін у внутрішньому середовищі також можуть впливати на конкурентоспроможність.

Отже, успішність малого сільськогосподарського підприємства, такого як СТОВ «ГІРНИК» в значній мірі залежить від того, наскільки вдало воно взаємодіє з зовнішнім та внутрішнім середовищем, враховуючи усі ці фактори при розробці своїх стратегій та бізнес-моделей.

Конкурентоспроможність в умовах сталості та стійкості є ключовим фактором для успіху будь-якого підприємства, включаючи сільськогосподарські підприємства. У контексті сільського господарства, це означає здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку, забезпечуючи стабільність у виробництві та вдалі стратегії управління ризиками. Менеджмент конкурентоспроможності аграрного підприємства в умовах сталості та стійкості наведено на рис. 3.3.

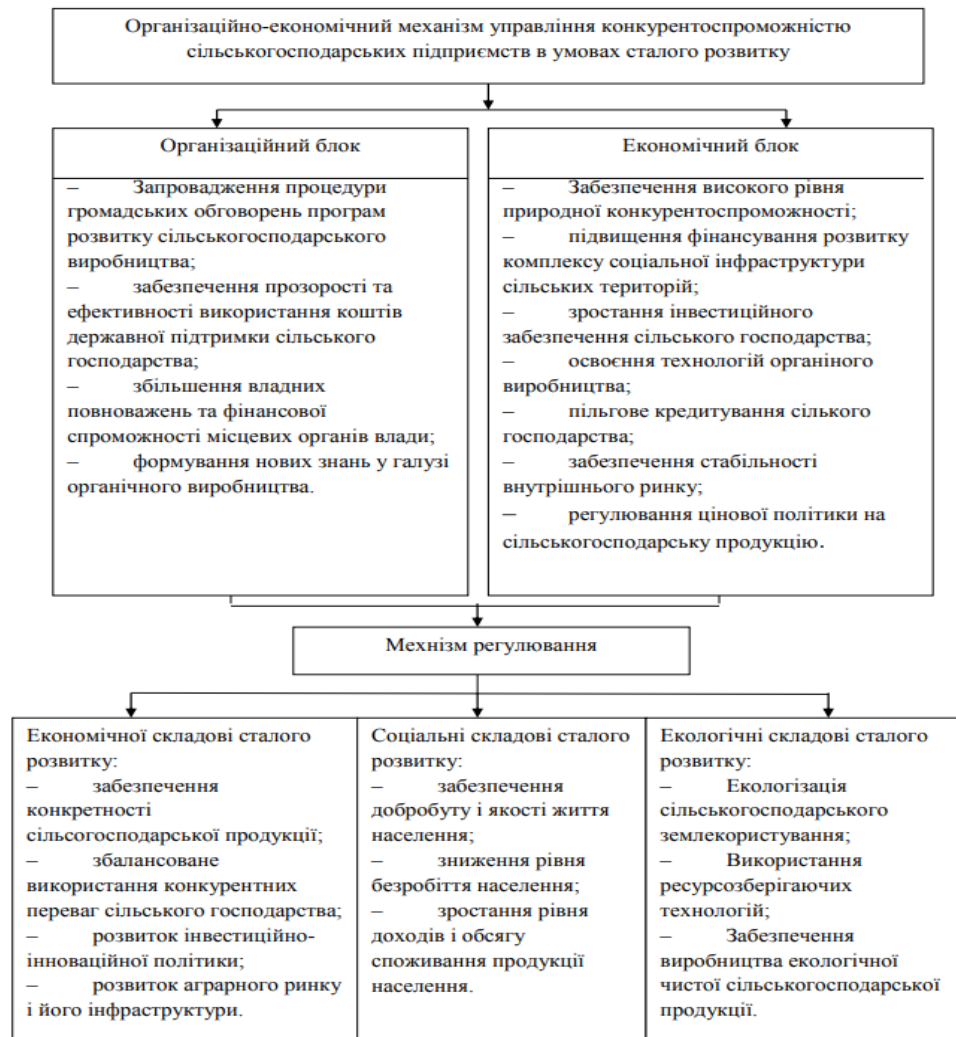


Рис. 3.4. Схема менеджменту конкурентоспроможністю

сільськогосподарських підприємств в умовах сталого розвитку

Джерело: розроблено автором

Важливим елементом формування конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність його продукції. На рисунку 3.5 наведено порядок проведення оцінки продукції сільськогосподарської продукції та вплив цієї оцінки на конкурентоспроможність підприємства.

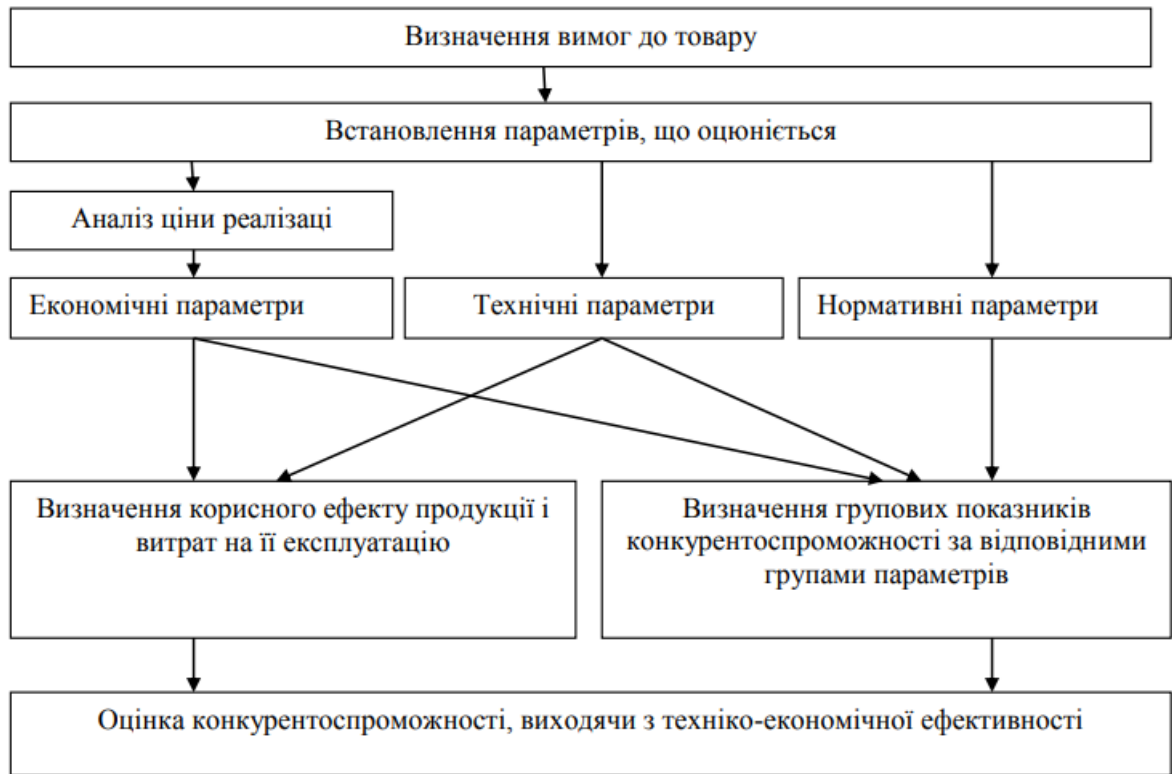


Рис. 3.5. Алгоритм оцінки продукції сільськогосподарського підприємства та її вплив на конкурентоспроможність

Джерело: розроблено автором

Зі схеми алгоритму ми бачимо, що під конкурентоспроможністю продукції сільськогосподарського підприємства потрібно розуміти, що це достатньо високий рівень таких параметрів продукції як економічні, технічні та експлуатаційні, і що з цими параметрами продукт зможе конкурувати з товарами іноземного та вітчизняного походження. Продукт на ринку є конкурентним, коли він відповідає високим європейським стандартам якості та підтримується загальною стратегією розвитку підприємства.

Отже, розвиток добре продуманої бізнес-стратегії, яка враховує обмеження фінансових ресурсів, може допомогти забезпечити оптимальне використання наявних коштів та збільшити конкурентоспроможність підприємства.

3.2. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК» та сільськогосподарських підприємств України

Для розв'язання проблем підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК», нам необхідно розробити стратегію конкурентоспроможності. Підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК» вимагає комплексного підходу та постійного вдосконалення. Менеджмент повинен бути готовий до розв'язання викликів, які виникають у змінному середовищі, та швидко адаптувати стратегію для досягнення успіху.

Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК», може становити складну задачу, оскільки такі підприємства піддається впливу не лише економічних факторів, але й кліматичних умов, технологічних змін та геополітичних чинників. Проте, важливо розробити чітку стратегію, щоб забезпечити стійкий розвиток підприємства і його успішну конкурентоспроможність на ринку.

Ми вже з'ясували, що на конкурентоспроможність підприємства впливають внутрішніх та зовнішніх чинників. Аналіз цих чинників дав можливість з'ясувати, що внутрішні фактори можуть включати:

- потужність та продуктивність праці підприємства;
- фінансові ресурси;
- управлінську ефективність;
- рівень технологічної оснащеності.

З зовнішніх факторів важливо врахувати:

- ринкові умови;
- конкуренцію;
- законодавче середовище;
- кліматичні умови та потенційні загрози.

Після аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів ми зможемо визначити поточну конкурентну позицію СТОВ «ГІРНИК» і ідентифікувати області для поліпшення. Потім розробимо саму стратегію, яка включатиме в себе

конкретні цілі та заходи, необхідні для досягнення цих цілей.

У ході проведення досліджень, в межах теми, нами було удосконалено схему розробки стратегії підвищення менеджменту конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК» (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Схема розробки стратегії підвищення менеджменту конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК»

Джерело: розроблено автором

Зокрема, варто також розглянути впровадження зелених технологій та практик для зменшення негативного впливу на довкілля, що може дати сільськогосподарському підприємству конкурентну перевагу в очах споживачів та на ринку загалом. Крім того, варто вивчити можливості для розширення співпраці з іншими сільськогосподарськими підприємствами, урядовими установами та місцевими спільнотами, щоб дивитися із позиції суперництва, але також з погляду можливостей для партнерства та спільної роботи. Тут в нагоді будуть агробізнес-мережі.

Сьогодні важливу роль в забезпеченні конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства відіграє залучення аграрного

підприємства до ефективної агробізнес-мережі. Агробізнес-мережі в сучасному світі відіграють важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Агробізнес-мережі - це системи виробництва, постачання та збуту сільськогосподарської продукції, що об'єднує виробників, посередників і споживачів для забезпечення ефективного руху товарів і послуг через постачальні ланцюги. Вони можуть включати виробників сільськогосподарської продукції, постачальників входів, обробники, дистриб'юторів, роздрібних продавців та інших учасників.

У світлі глобалізації та посилення конкуренції агробізнес-мережі стають важливим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності підприємств та побудови їх стратегії розвитку. Оптимізація ланцюга постачання, підвищення якості продукції, зменшення витрат та підвищення швидкості реакції на зміни на ринку - це лише деякі з переваг, які можуть надати агробізнес-мережі підприємствам у боротьбі за конкурентоспроможність.

Процеси глобалізації та розвитку технологій також роблять агробізнес-мережі більш складними, оскільки вони змушені працювати з більшим обсягом інформації, більш різноманітними ринками та вимогами споживачів. У зв'язку з цим, управління агробізнес-мережею стає критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності підприємств рис. 3.7.

Як бачимо з рисунка, однією з ключових переваг агробізнес-мереж є можливість підвищення якості продукції через впровадження та дотримання стандартів якості та безпеки. Виробники, які входять до цих мереж, змушені відповідати вимогам великих ринків, що спонукає їх до вдосконалення виробничих процесів та контролю якості. Це в свою чергу сприяє покращенню репутації та забезпеченню доступу до нових ринків для сільськогосподарських підприємств.

Також агробізнес-мережі дозволяють зменшити витрати шляхом оптимізації ланцюга постачання. Згуртованість учасників ланцюга постачання дозволяє уникнути зайвих посередників та зменшити транспортні витрати

через ефективнішу логістику. Це дає можливість збільшити маржинальність продукції та бути більш конкурентоспроможними на ринку.

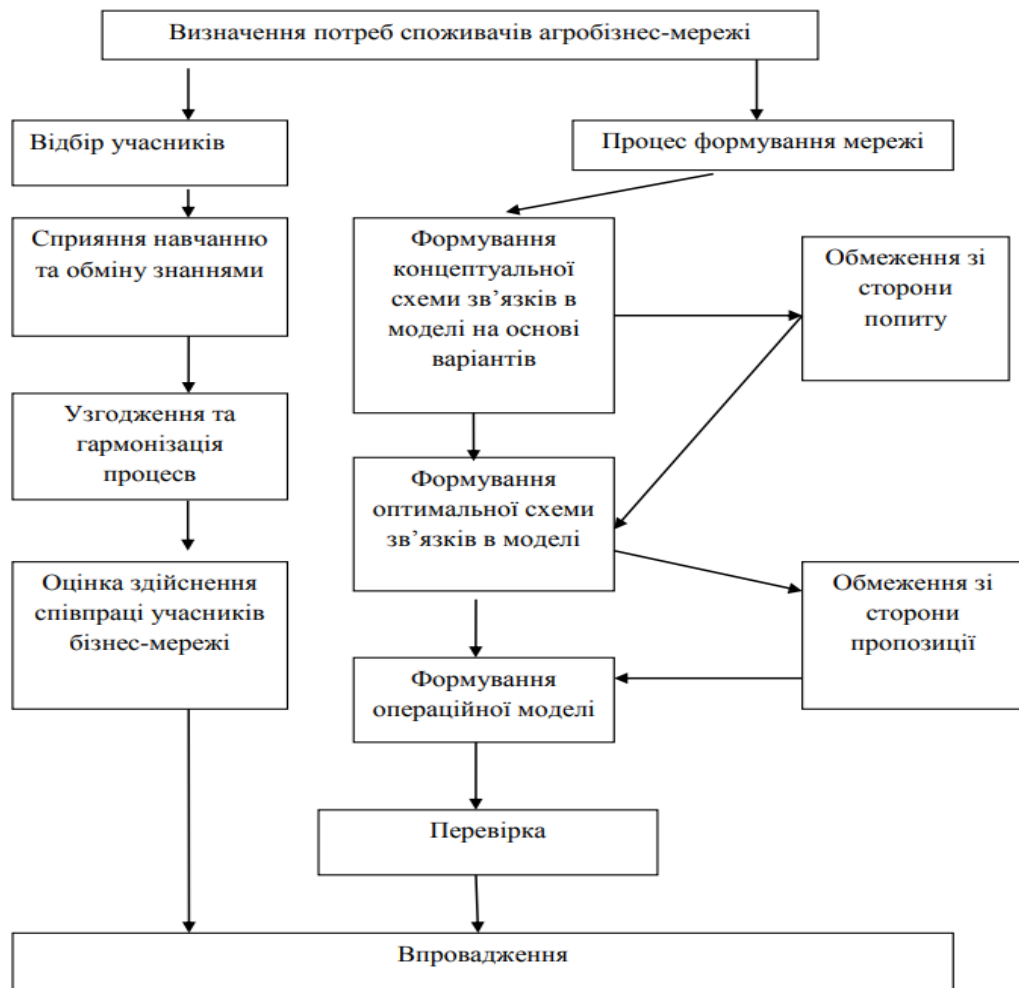


Рис. 3.7. Агробізнес-модель інтеграції підприємств АПК

Джерело: розроблено автором за матеріалами [34]

Ще однією перевагою агробізнес-мереж є можливість забезпечення більшої стійкості до змін на ринку та екологічних криз. Умови участі в агробізнес-мережах можуть передбачати спільні заходи з протидії шкідливим явищам, таким як природні катаклізми чи епідемії, а також розвиток альтернативних каналів збуту та постачання, що дозволяє знизити ризики та зберегти конкурентоспроможність на ринку.

Проте, для досягнення всіх переваг агробізнес-мереж, сільськогосподарські підприємства повинні враховувати деякі виклики та перешкоди. У створенні ефективної агробізнес мережі велике значення має співпраця між учасниками, що може виявитися складним завданням через

різноманітність інтересів та цілей. Крім того, необхідно мати належні знання та навички для управління агробізнес-мережею, враховуючи різноманітність учасників, ринків та регулятивних умов. Забезпечення ефективного управління та координації у межах агробізнес-мережі вимагає високо-розвинутих технологій та систем управління, які не завжди доступні для всіх учасників, особливо малих підприємств. Це може створювати нерівності та обмеження для деяких учасників мережі, що в свою чергу може впливати на конкурентоспроможність інших учасників.

Отже, агробізнес-мережі мають велике значення для конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах. Вони надають можливості для підвищення якості продукції, зменшення витрат та забезпечення стійкості до зовнішніх впливів на ринок. Проте, для досягнення цих переваг, необхідно вирішувати специфічні виклики, пов'язані з управлінням агробізнес-мережами та їх впливом на всіх учасників.

Загалом, стратегія підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства повинна враховувати комплексний підхід до управління різними аспектами бізнесу - від виробництва до маркетингу та управління персоналом. Важливо також постійно аналізувати та оновлювати свою стратегію відповідно до змін у середовищі та ринкових умовах.

3.3. Обґрунтування економічної ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК»

Економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК» може бути розглянута з різних точок зору, оскільки ця тема охоплює багато аспектів сільськогосподарського бізнесу. Нами було зазначимо кілька ключових моментів, які важливі для розуміння цього питання.

По-перше, ефективність виробництва є одним з ключових аспектів

конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК». Це означає використання ресурсів - зокрема землі, праці, капіталу та технологій - з максимальною продуктивністю. Зниження витрат на виробництво шляхом оптимізації процесів, використання більш ефективних технологій та управління ризиками також збільшує конкурентоспроможність досліджуваного підприємства.

По-друге, важливим є розвиток ринків збуту та здатність СТОВ «ГІРНИК» відповідати на попит споживачів. Ефективність управління ланцюгами постачання, маркетингові стратегії та розуміння вимог ринку можуть значно впливати на конкурентоспроможність нашого підприємства.

По-третє, диверсифікація може бути важливим аспектом ефективності СТОВ «ГІРНИК». Розширення асортименту продукції, розвиток додаткових напрямків бізнесу та пошук нових ринків також може підвищити конкурентоспроможність досліджуваного сільськогосподарського підприємства.

Однак, більш тісно розглянемо кілька ключових аспектів економічної ефективності підвищення конкурентоспроможності підприємства СТОВ «ГІРНИК».

Перше, що варто врахувати, - це оптимізація виробництва. Це означає, що СТОВ «ГІРНИК» має використовувати ресурси, такі як земля, робоча сила і капітал, максимально ефективно. Це може включати в себе впровадження сучасних технологій, які дозволяють підвищити врожайність, зменшити витрати на робочу силу та покращити управління виробництвом. Використання таких методів може допомогти збільшити виробничі показники підприємства та знизити загальні виробничі витрати, що вплине на його конкурентоспроможність.

Другий аспект - це оптимізація управління СТОВ «ГІРНИК». Ефективне управління може охоплювати планування виробництва, контроль за витратами, управління персоналом та управління ризиками. Шляхом визначення найефективніших методів виробництва та управління, СТОВ «ГІРНИК» може підвищити свою конкурентоспроможність.

Третій аспект - це пошук нових ринків та розвиток нових продуктів. Розвиток нових продуктів або знаходження нових ринків для існуючих продуктів може допомогти СТОВ «ГІРНИК» розширити свою клієнтську базу та збільшити виручку. Це може включати розширення географії продажу, розробку продуктів спеціального призначення або впровадження високоякісних продуктів, які відповідають новим тенденціям на ринку. Крім того, важливо враховувати ефективність витрат. Це означає, що СТОВ «ГІРНИК» повинно управляти своїми витратами, зокрема на закупівлю сировини, оплату праці, використання енергії та утилізацію відходів, з метою зниження витрат та підвищення ефективності виробництва.

Також, ефективна управлінська структура та гнучкість організації можуть грати важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК». Гнучкість організації дозволяє швидко реагувати на зміни на ринку, підлаштовуючи виробництво та стратегії продажу під нові умови, що дає перевагу в конкурентній боротьбі.

На додаток до вищезазначених аспектів, важливо також врахувати вплив розвитку технологій на ефективність підприємства. Впровадження сучасних технологій в різних галузях сільськогосподарського виробництва може значно підвищити продуктивність та знизити витрати на виробництво СТОВ «ГІРНИК». Крім того, не можна недооцінювати важливість управління якістю та інновацій. Здатність постійно вдосконалювати якість продукції, розробляти нові інноваційні продукти та вдосконалювати виробничі процеси може допомогти СТОВ «ГІРНИК» залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Отже, економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства полягає в поєднанні оптимізації виробництва, управління, розвитку ринків збуту та витрат, впровадження сучасних технологій та управління якістю, та інноваціями. Здатність підприємства збалансувати ці аспекти та досягти оптимального рівня ефективності у кожному з них, визначає його конкурентоспроможність на ринку.

ВИСНОВКИ

У випускній кваліфікаційній роботі за другим (магістерським) рівнем вищої освіти нами було розглянуто та узагальнено теоретико-методичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства СТОВ «ГІРНИК». Також нами було детально проведено аналіз його фінансового та економічного стану та зокрема оцінка конкурентоспроможності діяльності в цілому досліджуваного підприємства.

Виокремлено напрямки удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, шляхом надання пропозицій щодо покращення конкурентоспроможності підприємства, розробки його стратегії підвищення конкурентоспроможності, та обґрунтування економічної ефективності запропонованих заходів.

В ході детального дослідження обраної теми нами з'ясовано тлумачення такого поняття як «конкурентоспроможність підприємства». Встановлено що Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства - це його здатність ефективно конкурувати на ринку, забезпечуючи стійкий успіх у порівнянні з іншими подібними підприємствами та здатність пристосовуватися до змін в економічних умовах. Це включає в себе ряд аспектів, таких як якість продукту, ціна, маркетингові стратегії, інновації, технологічний розвиток, управління ресурсами та здатність адаптуватися до змін на ринку.

Було встановлено, що успішні підприємства зазвичай мають високу конкурентоспроможність, оскільки вони здатні привертати споживачів своїми продуктами або послугами, ефективно управляти власними ресурсами, реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та створювати цінність для своїх власників.

Встановлено, що забезпечення конкурентоспроможності вимагає від сільськогосподарського підприємства постійного аналізу та оновлення своїх стратегій, виробничих процесів та бізнес-моделі, щоб відповідати потребам

ринку та забезпечувати стійкий розвиток. Також важливим є здатність до інновацій, щоб постійно вдосконалювати продукцію та послуги, а також ефективно використовувати сучасні технології та ресурси. Взагалі, конкурентоспроможність підприємства - це складний та багатогранний процес, який охоплює всі аспекти його діяльності та вимагає постійного удосконалення та адаптації до змін.

В ході дослідження з'ясовано, що конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства залежить від ряду факторів, включаючи технологічний рівень, ринкову орієнтацію, управління витратами, якість продукції, маркетингові стратегії, доступ до фінансування та захист від зовнішніх загроз. Врахування та оптимізація цих чинників може бути вирішальними для досягнення конкурентоспроможності на ринку сільськогосподарської продукції.

Також встановлено вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоздатність підприємства в сфері сільського господарства, і це є одним з головних, що впливає на його успішність. Зовнішнє середовище включає такі фактори, як економічні умови, рівень попиту на продукцію, кон'юнктура ринку, політична ситуація, тарифи та торговельні угоди. Ці фактори можуть впливати на доступність ресурсів, витрати на виробництво та можливості експорту. Внутрішнє середовище включає фактори, такі як керівництво, фінансовий стан, потужності, технологічний рівень та кваліфікація персоналу. Якщо підприємство має сильну команду керівництва, високу ефективність у використанні ресурсів, інноваційні технології та висококваліфікований персонал, це може сприяти збільшенню його конкурентоздатності.

Наслідки впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоздатність підприємства можуть виявлятися на різних рівнях. Таким чином, підприємство повинно аналізувати як зовнішнє, так і внутрішнє середовище, оцінювати їх вплив на свою конкурентоздатність, реагувати на

зміни та приймати стратегічні рішення для підвищення своєї конкурентоспроможності.

При написанні випускної кваліфікаційної роботи об'єктом дослідження було обрано СТОВ «ГІРНИК». Дане підприємство є відомим сільськогосподарським підприємством в Олександрійському районі з виробництва сільськогосподарської продукції.

Результати аналізу показників фінансово-господарської діяльності СТОВ «ГІРНИК» показали, що впродовж 2018-2022 рр. фінансово-господарський стан даного підприємства можна оцінити, задовільний. В цілому досліджуваний господарюючий суб'єкт веде прибуткову діяльність. Але спостерігаються проблеми з організацією конкурентоспроможності даного підприємства, цьому питанню топ менеджери підприємства приділяють замало уваги.

Оцінка показників конкурентоспроможності СТОВ «ГІРНИК», показала, що вона включає в себе ретельне дослідження різних аспектів діяльності досліджуваного підприємства, що впливають на його здатність конкурувати на ринку. Зокрема такий показник конкурентоспроможності підприємства як ефективність збутової (маркетингової) політики показав ріст, це свідчить про те, що в даному напрямку робота на підприємстві проводиться успішно. Натомість такі показники як ефективність товарної цінової політики показали спад, що свідчить про необхідність вжиття заходів по їх поліпшенню, оскільки це прямо впливає на конкурентоспроможність та конкурентоздатність досліджуваного підприємства.

Також нами було запропоновано СТОВ «ГІРНИК» наступні заходи щодо покращення конкурентоспроможності на ринку.

1. Контроль ефективності виробництва на підприємстві. Контроль ефективності виробництва на СТОВ «ГІРНИК» включає в себе ряд важливих аспектів, що допомагають забезпечити оптимальну продуктивність та конкурентоспроможність. Необхідно здійснювати контроль за основними показниками ефективності виробництва, а саме: врожайності, якості

продукції, використання ресурсів, трудову продуктивність, витрати на виробництво, та ефективність використання техніки та обладнання.

Для більш точного контролю ефективності виробництва на СТОВ «ГІРНИК» запропоновано використовувати методи бюджетування, внутрішній та зовнішній аудит, аналіз фінансової звітності та впровадження системи управління якістю.

2. Розвиток ринків збуту. Розвиток ринків збуту є критично важливим для СТОВ «ГІРНИК», оскільки від цього залежить його конкурентоспроможність та дохідність. Для ефективного розвитку ринків збуту досліджуване підприємство повинне враховувати кілька ключових аспектів: підприємство повинне проводити дослідження щодо потреб споживачів, тенденцій ринку та конкурентної ситуації, щоб зрозуміти, які продукти є в запиті та які стратегії збуту є ефективними; розширити асортимент продукції, що допоможе залучити нових споживачів та розширити аудиторію. Диверсифікована продукція може забезпечити більшу стабільність у збуті; встановити ефективні відносини з оптовиками, дистриб'юторами та роздрібними торговцями, що значно розширити ринки збуту; розробляти маркетингові стратегії, акцент на брендування та позиціонування продукції як вищої якості може привернути увагу покупців та сприяти збільшенню продажів; намагатися встановити експортні зв'язки та вихід на нові ринки може стати важливим чинником розвитку досліджуваного підприємства.

Усі ці аспекти вимагають від підприємств чіткого стратегічного планування, аналізу ринку та гнучкості для пристосування до змін ринкових умов.

Загалом, оцінка та удосконалення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства є складним процесом, який вимагає комплексного аналізу різних аспектів діяльності підприємства. Однак відповідна оцінка може допомогти визначити сильні та слабкі сторони підприємства та вжити заходів для підвищення його конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств. 2-ге вид., доп. і перероблене. Київ : КНЕУ, 2002. 624 с.
2. Агробізнес сьогодні. – URL: <http://agro-business.com.ua> (дата звернення: 10.11.2023)
3. Бабенко В.О. Підвищення економічної ефективності виробництва сільськогосподарської продукції на основі інформаційного забезпечення управління діяльністю агропідприємств / Бабенко В. О., Накісько О. В., Руденко С. В. – Актуальні проблеми прогнозування розвитку економіки України [За ред. О.І. Черняка, П.В. Захарченка]. – Бердянськ: Видавець Ткачук О.В., 2018. – 371 с.
4. Буряк Р. І., Чернявський І. Ю. Аналіз наукових підходів до обґрунтування сутності експортного потенціалу підприємств зернової галузі. 100 Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія: Економіка. Т. 22. Вип. 10(63). 2017. С. 76–80.
5. Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики : аналіт. доп. НІСД – 2015. URL: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/volonter-697e4.pdf> (дата звернення: 08.11.2023)
6. Гетьман О.О. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.О.Гетьман, В.М.Шаповал. – К.: Центр навчальної літератури, 2017. – 307 с.
7. Говоруха В. Б., Прийняття управлінських рішень [Текст]: навчальний посібник / Ю. Є. Петрунь, В. Б. Говоруха, Б. В. Літовченко та ін; за ред. Ю. Є. Петруні//. – Дніпропетровськ: АМСУ, 2015. – 189 с.
8. Головін О. Ми збільшимо фінансування партнерських програм до \$150 млн. – 2020. – URL: <https://landlord.ua/news/oleksandr-holovin-myzbilshymo-finansuvannia-partnerskykh-prohram-do-150-mln> (дата звернення: 10.10.2023)

9. Дмитренко Н.М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК: автореф. дис... канд. екон. наук / Н.М. Дмитренко; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. – Д., 2008. – 20 с. 21. Аграрний бізнес. Ліга закон. 2020.– [URL:https://product.ligazakon.ua/agrarnij-biznes/](https://product.ligazakon.ua/agrarnij-biznes/) (дата звернення: 02.11.2023)
10. Довганчин Г. В. Роль державного регулювання економічних відносин в агропромисловому виробництві / Г.В. Довганчин // Економіка АПК. - 2000. - № 5 -С.7.
11. Ковальчук М. І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК : підр. / Ковальчук М. І. – К. : КНЕУ, 2005. – 390 с.
12. Кому Україна експортує продукцію. – 2019. URL: https://biz.censor.net/resonance/3127480/komu_ukraina_prodaet_zerno
13. Лайсонс К. Управління конкурентоспроможності підприємства: / К. Лайсонс, М. Джиллінгем: Пер. з 6-го англ. вид. – К.: ІНФРА-М. – XVIII, 798 с.
14. Мессель-Веселяк В.Я. Теоретико-методологічне і нормативно-правове забезпечення трансформації аграрного сектору економіки України до ринкових умов господарювання, науковий супровід та ефективність запровадження / В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров // Економіка АПК. - 2015. - № 7. - С. 5-24.
15. Ніколаєнко І.В. Маркетинг закупівель / І.В. Ніколаєнко – К.: НУХТ, 2014. – 50 с.
16. Основні показники зовнішньої торгівлі України. Офіційний сайт Українського клубу аграрного бізнесу. URL: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini. (дата звернення: 09.10.2023)
17. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 17.10.2023)
18. Постанова Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016 р. №166 «Про затвердження Порядку функціонування електронної системи закупівель

та проведення авторизації електронних майданчиків». –
[URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/166-2016-%D0%BF#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/166-2016-%D0%BF#Text) (дата
 звернення: 01.11.2023)

19. Петрига О. М. Економіка аграрного підприємства: навчальний посібник / О. М. Петрига, Т. І. Яворська, Ю. О. Прус; за ред. О. М. Петриги, Т. І. Яворської // – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. – 498 с.

20. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2008. С. 9–19.

21. ТОП-10 експортерів зерна з України у листопаді 2020 року. - URL: <https://landlord.ua/news/top-10-eksporteriv-zerna-z-ukrainy-u-lystopadi-2020-roku/> (дата звернення: 07.11.2023)

22. Україна: Важкий врожай-2020.URL:http://zerno.ru/node/12896 (дата звернення: 10.11.2023)

23. Закон України від 11 січня 2001 року №2210-III «Про захист економічної конкуренції». – URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text (дата звернення: 19.10.2023)

24. Закон України „Про агро-промислові компанії в Україні” від 15.03.2006 р. № 3528-IV.– URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3528-15>. (дата звернення: 10.11.2023)

25. Формування стратегії як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / Ю.А. Лозовський // Актуал. пробл. економіки. – 2008. – N 3. – С. 84-88.

26. Формування стратегії як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / Ю.А. Лозовський // Актуал. пробл. економіки. – 2018. – N 3. – С. 84-88

27. Франів І. А., Коваль Л. М., Русин-Гриник Р. Р. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Механізм регулювання

економіки. 2010. № 3. Т. 1. С. 149–154.

28. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: монографія / І.Б. Яців. – Львів: Український бестселер, 2016. – 427 с

29. Яців І. Сутність категорії «конкурентоспроможність» та особливості її оцінки стосовно системи аграрного виробництва / І. Яців // Вісник Львівського державного аграрного університету: економіка АПК. – 2017. - №15. – С 58-67

30. Черевко Д.Г. Конкурентоспроможність підприємства як характеристика його економічного стану / Д.Г. Черевко // Економіка АПК. 2019. - № 6. – С. 114-121.

31. Porter, Michael E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free press, М.: Альпинабизнесбукс, 2008. URL: <http://loveread.ec/notes.php?id=79155#26> (дата звернення: 11.11.2023)

32. Richard Koch. The 80/20 Principle: The Secret of Achieving More with Less Paperback – Import, January 1, 2007. –288 p.

33. Shevchenko Vasiliy V., Kokuytseva Tatiana V., Ovchinnikova Oksana P. Competitiveness of the enterprises of the Eurasian Economic Union: Assessment Methodology. 2019. URL: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p15.pdf> (дата звернення: 03.11.2023)

34. The Battle for New York: A Case Study of Applied Digital Threat Modeling at the Enterprise Level / Rock Stevens and others. 2018. URL: <https://www.usenix.org/system/files/conference/usenixsecurity18/sec18-stevens.pdf> (дата звернення: 10.11.2023)

ДОДАТКИ