

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет менеджменту і маркетингу
Кафедра менеджменту і права**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

**Завідувач кафедри,
д. е. н., професор**

_____ **Олександр ВЕЛИЧКО**
« ____ » _____ **2024 р.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ
РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**Освітньо-професійна програма «Менеджмент»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Ступінь вищої освіти: Бакалавр**

Здобувачка

Єлизавета ХРАПКО

**Науковий керівник,
старший викладач**

Костянтин НЕЧИПОРЕНКО

Дніпро – 2024

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**Факультет:** Менеджменту і маркетингу**Кафедра:** Менеджменту і права**Освітньо-професійна програма:** «Менеджмент»**Спеціальність:** 073 «Менеджмент»**Ступінь вищої освіти:** Бакалавр**ЗАТВЕРДЖУЮ****Зав. кафедри менеджменту і права,
д.е.н., професор****_____ Олександр ВЕЛИЧКО**
«_____» _____ 202_ р.***ЗАВДАННЯ*****на підготовку кваліфікаційної роботи****ХРАПКО ЄЛИЗАВЕТИ АНДРІЇВНИ**

1. Тема роботи: «Удосконалення управління конкурентним розвитком підприємства»

Науковий керівник: Нечипоренко Костянтин Володимирович, ст.викладач

затверджені наказом по ДДАЕУ від _____ 2024 р. № _____

2. Термін подання здобувачем роботи: _____ р.

3. Вихідні дані до роботи: бухгалтерська звітність, статистична звітність, планова документація фермерського господарства «Січ-Агро», нормативна документація.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розкрити)

1. Вивчення теоретичних основ управління конкурентним розвитком підприємства

2. Дослідження характеристика стану економічного розвитку та конкурентних позицій фермерського господарства

3. Пропозиції щодо удосконалення управління конкурентним розвитком господарства Висновки і пропозиції

5.Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): види та форми прояву конкуренції, основні аспекти впливу конкуренції на ринкову економіку, комплекс конкурентних переваг підприємства згрупованих за джерелом їх формування, урожайність зернових культур у ФГ «Січ-Агро» в динаміці, виробництво зернових у ФГ «Січ-Агро», рівень рентабельності виробництва зернових у ФГ «Січ-Агро», схема матриці БКГ/BCG відносно аналізу товарної продукції ФГ «Січ-Агро», структура виробничих витрат при виробництві продукції рослинництва

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір об'єкта та теми дослідження, складання графіка робіт	Вересень 2023 року	
2.	Складання і затвердження розгорнутого плану та завдання до кваліфікаційної роботи	Вересень 2023 року	
3.	Вибір і опрацювання джерел інформації теоретичного характеру щодо актуальності, сутності, та особливостей управління конкурентною діяльністю господарства. Виконання першого теоретичного розділу.	Жовтень - грудень 2023 року	
4.	Дослідження результатів управління господарством за останній період та вивчення передумов щодо управління конкурентним розвитком. Виконання другого дослідницько-аналітичного розділу.	Січень - лютий 2024 року	
5.	Розробка шляхів удосконалення управління конкурентним розвитком підприємства. Виконання третього рекомендаційного розділу роботи.	Березень - квітень 2024 року	
6.	Складання висновків та пропозицій	Травень 2024 року	
7.	Оформлення тексту кваліфікаційної роботи, збір необхідних документів до неї	Травень 2024 року	
8.	Підготовка доповіді, ілюстративного матеріалу до захисту роботи	Червень 2024 року	
9.	Перевірка тексту для встановлення рівня оригінальності роботи та відсутності академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації	Червень 2024 року	
10.	Представлення роботи на засідання кафедри	Червень 2024 року	
11.	Захист кваліфікаційної роботи	Червень 2024 року	

Здобувач вищої освіти

_____ (підпис)

Єлизавета ХРАПКО

Керівник роботи

_____ (підпис)

Костянтин НЕЧИПОРЕНКО

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Конкуренція як системоутворююча складова ринкової економіки...	6
1.2. Сутність конкурентного розвитку підприємства	14
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	28
2.1. Характеристика організаційно-економічних показників діяльності фермерського господарства	28
2.2. Сучасний стан виробничої діяльності ФГ «Січ-Агро».....	37
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ ГОСПОДАРСТВА	48
3.1. Удосконалення планування конкурентного розвитку на основі аналізу товарної номенклатури	48
3.2. Підвищення рентабельності для посилення конкурентних позицій	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ	

ВСТУП

В сучасних умовах конкурентний розвиток підприємств можна визначити як якісні та прогресивні зміни у внутрішньому середовищі самого підприємства, що відбуваються під впливом зовнішніх чинників. Ці зміни сприяють формуванню конкурентної взаємодії з іншими учасниками ринку, яка базується на дотриманні добросовісних і чесних правил торгівлі. Важливими аспектами цієї взаємодії є захист прав інтелектуальної власності, захист прав споживачів та захист приватної власності. Також до них належать справедливий обмін ресурсами та рівномірний розподіл ринкового прибутку між усіма учасниками ринку.

Конкурентний розвиток підприємства включає впровадження інновацій та сучасних технологій, які покращують його внутрішні процеси та продуктивність. Це сприяє підвищенню якості продукції та послуг, що в свою чергу допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним на ринку. Зміни, що відбуваються внаслідок впливу зовнішніх факторів, також можуть включати адаптацію до нових ринкових умов, регуляторних вимог та змін у поведінці споживачів.

Конкурентний розвиток підприємств є складним та багатогранним процесом, який включає якісні зміни у внутрішньому середовищі підприємства під впливом зовнішніх факторів. Цей процес сприяє формуванню конкурентної взаємодії з іншими ринковими учасниками на основі чесних правил торгівлі, захисту прав та справедливого обміну ресурсами, що в кінцевому підсумку забезпечує стале економічне зростання та розвиток.

Конкурентний розвиток підприємства проявляється у здатності швидко адаптуватися до ринкових змін, орієнтуватися на потреби споживачів, забезпечувати прозорість у діяльності, формувати унікальні конкурентні переваги та дотримуватися етичних стандартів. Такий підхід дозволяє підприємствам не тільки виживати в умовах конкуренції, але й процвітати,

забезпечуючи стале економічне зростання та підвищення добробуту суспільства.

Метою кваліфікаційної роботи є теоретичне і методологічне опрацювання реального стану конкурентного розвитку господарства, вивчення прикладних аспектів його використання.

Щоб реалізувати визначену мету роботи, визначені такі завдання:

- визначити сутність та значення конкурентного розвитку підприємства;
- дослідити ступінь впливу конкуренції на ринкову ситуацію;
- запропонувати способи поліпшення управління конкурентним розвитком сільськогосподарського підприємства;
- обґрунтувати умови поліпшення конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є процес конкурентного розвитку ФГ «Січ-Агро».

Предмет дослідження - теоретичні та прикладні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємстві.

Під час написання кваліфікаційної роботи було застосовано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження, зокрема спостереження, діалектичний підхід, монографічний метод, методи теоретичного узагальнення та практичного порівняння, методи експертних оцінок, аналіз, синтез, а також вивчення екстраполяції трендів і кореляції. Для візуалізації інформації використовувалися табличний та графічний методи.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Конкуренція як системоутворююча складова ринкової економіки

Конкуренція є фундаментальною складовою ринкової економіки, що відіграє ключову роль у забезпеченні її ефективного функціонування та розвитку. Як системоутворюючий елемент, конкуренція стимулює підприємства до постійного вдосконалення, інновацій та підвищення якості продукції та послуг. Вона створює середовище, де ефективні підприємства можуть процвітати, а менш ефективні змушені або адаптуватися, або залишити ринок.

Ринкова економіка і конкуренція, хоч і не є синонімами в прямому сенсі, тісно взаємопов'язані та в основному розглядаються розглядаються і сприймаються як синонімічні категорії. Конкуренція є невід'ємною складовою ринкової економіки, без якої остання не могла б функціонувати ефективно.

Ринкова економіка – це економічна система, в якій основні рішення щодо виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг приймаються через ринкові механізми, такі як попит і пропозиція. В ній переважає приватна власність на засоби виробництва, і економічні суб'єкти (споживачі, виробники, підприємці) вільно взаємодіють між собою, орієнтуючись на власні інтереси та можливості.

Конкуренція – це процес взаємодії та змагання між суб'єктами ринку за найкращі умови виробництва та реалізації товарів і послуг. Конкуренція спонукає підприємства до підвищення ефективності, інновацій, поліпшення якості продукції та послуг, а також до зниження цін. Вона є рушійною силою ринкової економіки, оскільки забезпечує баланс між попитом і пропозицією, сприяє оптимальному розподілу ресурсів та стимулює економічне зростання.

Хоча це абсолютно різні поняття і категорії, вони настільки тісно взаємопов'язані, що часто розглядаються разом. Коли ми згадуємо одну з

категорій, ми обов'язково маємо на увазі іншу і відповідно навпаки. Ринкова економіка створює умови для виникнення та розвитку конкуренції, тоді як конкуренція забезпечує ефективне функціонування ринкової економіки. Без конкуренції ринкова економіка втрачає свою динамічність та здатність до саморегуляції, що може призвести до монополізації ринків, зниження якості продукції та послуг, а також до зростання цін.

Вперше концепцію конкуренції як сили, яка здатна встановлювати та регулювати ринкову рівновагу, запропонував Адам Сміт [32, с.8]. Він підкреслив, що зменшення обсягу пропозиції на ринку призводить до зростання конкуренції серед покупців, оскільки вони починають боротися за обмежені ресурси, що, у свою чергу, спричиняє підвищення цін. З іншого боку, надмірна пропозиція стимулює виробників до змагання за можливість продати свої товари, що змушує їх знижувати ціни, аби позбутися надлишку продукції. Таким чином, конкуренція відіграє ключову роль у ринкових процесах, оскільки вона не дозволяє учасникам ринку контролювати ціни на товари та послуги.

Адам Сміт пояснив, що конкуренція є основним механізмом, який забезпечує баланс між попитом і пропозицією. Вона створює умови, за яких ринок самостійно регулює ціни без втручання зовнішніх сил. Це відбувається через природні взаємодії між покупцями та продавцями, які керуються власними економічними інтересами. Коли пропозиція товарів зменшується, покупці починають конкурувати між собою, намагаючись придбати дефіцитний товар, що підштовхує ціни вгору. У протилежному випадку, коли на ринку спостерігається надлишок товарів, продавці знижують ціни, щоб привабити покупців та реалізувати свої запаси [27].

Це явище підкреслює важливість конкуренції як фундаментального елементу ринкової економіки. Вона забезпечує ефективний розподіл ресурсів та стимулює підприємства до підвищення якості продукції та зниження витрат. Без конкуренції ринок стає менш динамічним, що може призвести до монополізації, зростання цін та зниження інноваційної активності. Конкуренція має здатність обмежувати економічну владу окремих учасників ринку.

Учасники ринкового процесу не можуть диктувати ціни, оскільки завжди існує можливість, що інші учасники запропонують кращі умови або ціни. Це створює рівні умови для всіх учасників ринку та сприяє збереженню чесної гри.

З того часу інтерес серед науковців до тлумачення даної категорії не зникав, але однастайності вони не мають (рис.1.1).

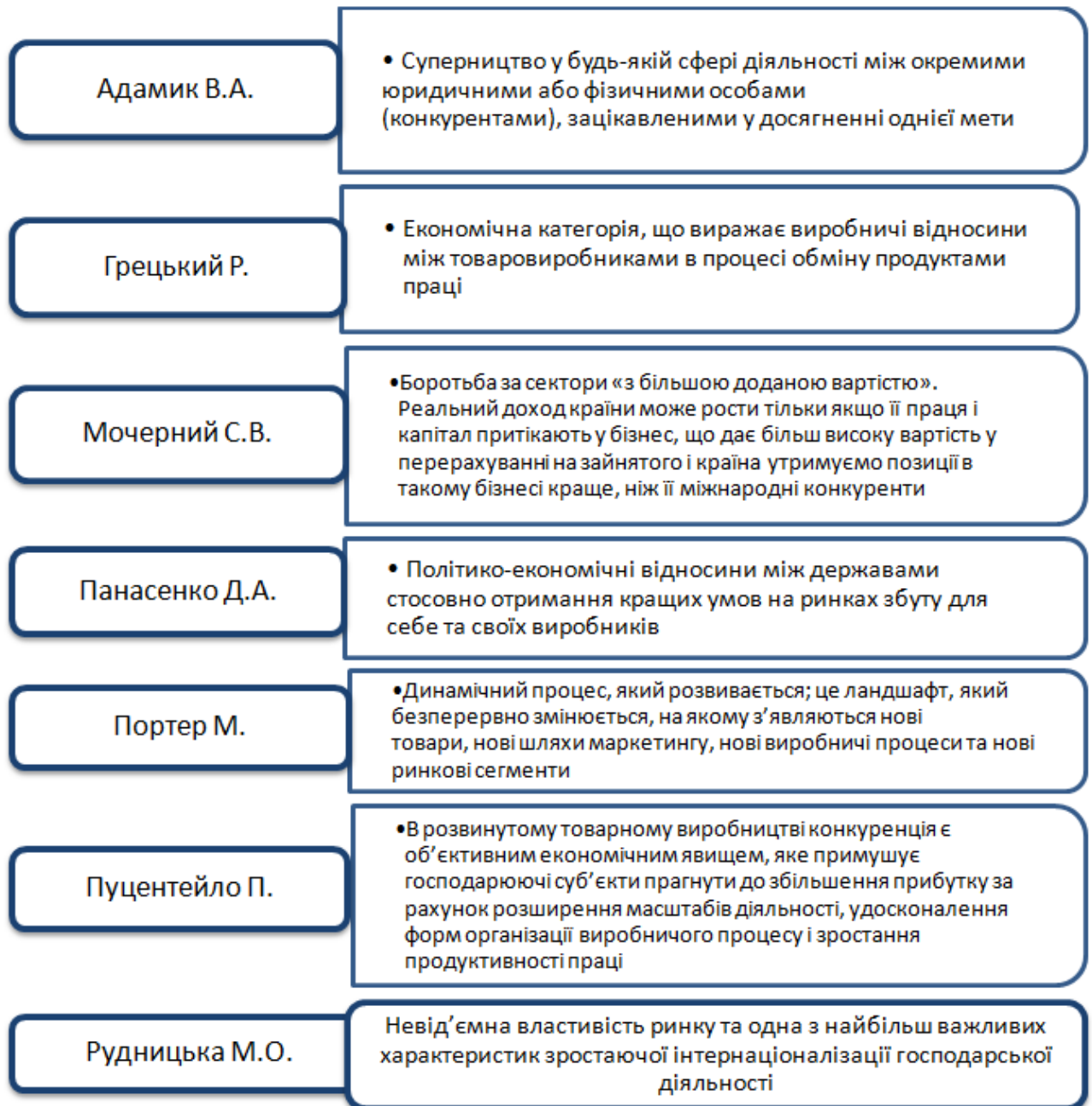


Рис.1.1. Різноманітність бачень визначення сутності конкуренції

Конкуренція пояснює, як ринкові сили автоматично регулюють ціни та забезпечують ефективний розподіл ресурсів. Конкуренція стимулює

економічне зростання, інновації та підвищення якості життя споживачів, роблячи ринок більш прозорим і справедливим для всіх його учасників.

Проблематика методології дослідження конкуренції та конкурентоспроможності були закладені в працях відомих економістів, таких як Ігор Ансофф, Майкл Портер, Девід Рікардо, Адам Сміт та Йозеф Шумпетер. Ці видатні вчені внесли значний вклад у розуміння принципів ринкової конкуренції та механізмів, що забезпечують ефективне функціонування ринків.

Ігор Ансофф відомий своїми дослідженнями стратегічного управління, які допомогли зрозуміти, як підприємства можуть планувати та реалізовувати стратегії для досягнення конкурентних переваг. Майкл Портер розробив моделі конкурентних сил та стратегій, які детально описують, як компанії можуть створювати та утримувати конкурентні переваги на ринку. Девід Рікардо та Адам Сміт, класики економічної теорії, внесли значний вклад у розуміння принципів вільної конкуренції та її ролі в економічному розвитку. Йозеф Шумпетер, зі своїми дослідженнями інновацій та економічного розвитку, показав, як інновації можуть стати рушійною силою економічного зростання та конкурентоспроможності.

Проблематику економічної конкуренції як важливого суспільного явища досліджували й інші відомі науковці, такі як Георгій Азоєв, Леонід Антонюк, Ярослав Базилюк, Валерій Геєць, Рафаель Фатхутдінов та Аркадій Юданов. Вони аналізували різні аспекти конкуренції, від її впливу на економічне середовище до практичних рекомендацій для підприємств.

Проте, незважаючи на значний вклад цих дослідників, теоретичні однозначні аспекти впливу конкуренції на ринок все ще потребують більш глибокого вивчення. Це стосується як вітчизняних, так і світових науковців, які ще не надали повного і всебічного аналізу даного питання. Наприклад, багато досліджень зосереджуються на конкретних ринкових умовах або галузях, але загальні механізми впливу конкуренції на економіку в цілому залишаються недостатньо вивченими.

Сучасна економічна наука продовжує розвиватися, і все більше дослідників звертаються до вивчення конкуренції та конкурентоспроможності.

Це важливо, оскільки глибше розуміння цих явищ дозволяє розробляти ефективні стратегії для підприємств, сприяти економічному зростанню та забезпечувати сталий розвиток.

На сьогоднішній день, дослідження конкуренції та конкурентоспроможності залишається актуальною та важливою темою для економічної науки. Подальше вивчення цих аспектів дозволить краще зрозуміти, як ринкові механізми впливають на економічний розвиток, і допоможе підприємствам та урядам розробляти політики та стратегії, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та економічної стійкості.

В той же час, загальновідомо, що конкуренція реалізується та проявляє себе в багатьох формах (рис.1.2).



Рис.1.2. Види та форми прояву конкуренції.

Конкуренція є багатогранним явищем, яке проявляється у різних формах та видах. Вона стимулює підприємства до постійного вдосконалення, впровадження інновацій та підвищення якості продукції та послуг. Завдяки конкуренції ринок залишається динамічним і ефективним, що сприяє економічному зростанню та задоволенню потреб споживачів.

Конкуренція має різні форми, які можуть бути класифіковані за кількома критеріями. Основними, найбільш поширеними, формами конкуренції, які

беруть до уваги більшість виробників є внутрішньогалузева, міжгалузева та міжнародна конкуренція.

Трохи занулившись в деталі, можна розібрати основні її види.

Досконала конкуренція характеризується наявністю великої кількості продавців і покупців, жоден з яких не може вплинути на ринкову ціну. Учасники ринку мають повну інформацію про товари та ціни, а товари є однорідними.

Монополістична конкуренція включає багато продавців, які пропонують диференційовані товари. Кожен продавець має деякий контроль над ціною через унікальні характеристики своєї продукції або послуг.

Олігополія – коли на ринку домінують декілька великих фірм, які мають значний вплив на ціни та обсяги виробництва. Олігополістичні ринки часто характеризуються високими бар'єрами для входу нових учасників.

Галузева конкуренція – конкуренція між підприємствами, що виробляють однакові або подібні товари в межах однієї галузі. Вона сприяє підвищенню ефективності та якості продукції, а також зниженню витрат[24].

Міжгалузева конкуренція відбувається між підприємствами різних галузей, які конкурують за одні і ті ж ресурси або за споживачів, які мають альтернативні варіанти вибору. Це стимулює підприємства до інновацій та розширення асортименту продукції.

Цінова конкуренція має місце, коли підприємства знижують ціни на свої товари або послуги, щоб залучити більше покупців. Цінова конкуренція часто використовується для збільшення ринкової частки або для витіснення конкурентів з ринку.

Нецінова конкуренція навпаки ключає різні методи залучення споживачів, які не пов'язані зі зміною цін. Це можуть бути покращення якості товарів, впровадження нових технологій, покращення обслуговування клієнтів, маркетингові кампанії та інші способи підвищення привабливості продукції або послуг.

Міжнародна конкуренція, це вже інший рівень, це змагання між підприємствами різних країн, які прагнуть завоювати частку на світовому

ринку. Міжнародна конкуренція стимулює підприємства до впровадження передових технологій, підвищення якості продукції та зниження витрат для того, щоб бути конкурентоспроможними на глобальному рівні.

Узагальнивши, можна зробити висновок, що конкуренція є багатограним явищем, яке може проявлятися у різних формах в залежності від контексту. Кожна форма конкуренції має свої особливості та впливає на ринкові процеси по-різному. Внутрішньогалузева та міжгалузева конкуренція стимулюють розвиток підприємств всередині країни, тоді як міжнародна конкуренція сприяє інтеграції в глобальну економіку та підвищенню міжнародної конкурентоспроможності. Цінова та нецінова конкуренція забезпечують баланс між цінами та якістю товарів і послуг, що в кінцевому підсумку сприяє задоволенню потреб споживачів та економічному зростанню.

Підкреслюючи важливість конкуренції в ринковій економіці можна виділити кілька основних аспектів впливу конкуренції на ринкову економіку в цілому, економіку країн та економічний стан підприємств, а також суспільства і споживачів зокрема (рис. 1.3).

Конкуренція є життєво важливою для здорової ринкової економіки. Вона забезпечує ефективність, інновації, якість та справедливість на ринку, сприяючи загальному економічному добробуту. В умовах конкуренції підприємства змушені постійно вдосконалюватися, що в кінцевому підсумку вигідно для всіх учасників економічного процесу – від виробників до споживачів.

Підсумовуючи, конкуренція на ринку є економічним суперництвом між виробниками, яке спрямоване на залучення більшої кількості споживачів і максимізацію доходів як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Основою конкурентних відносин є свобода вибору, яка відображається в прагненні кожного учасника ринку до особистої фінансової стійкості і незалежності. Ключовим аспектом конкуренції є наявність на ринку значної кількості незалежних продавців і покупців, що забезпечує різноманітність і динаміку ринкових процесів [14, 15].

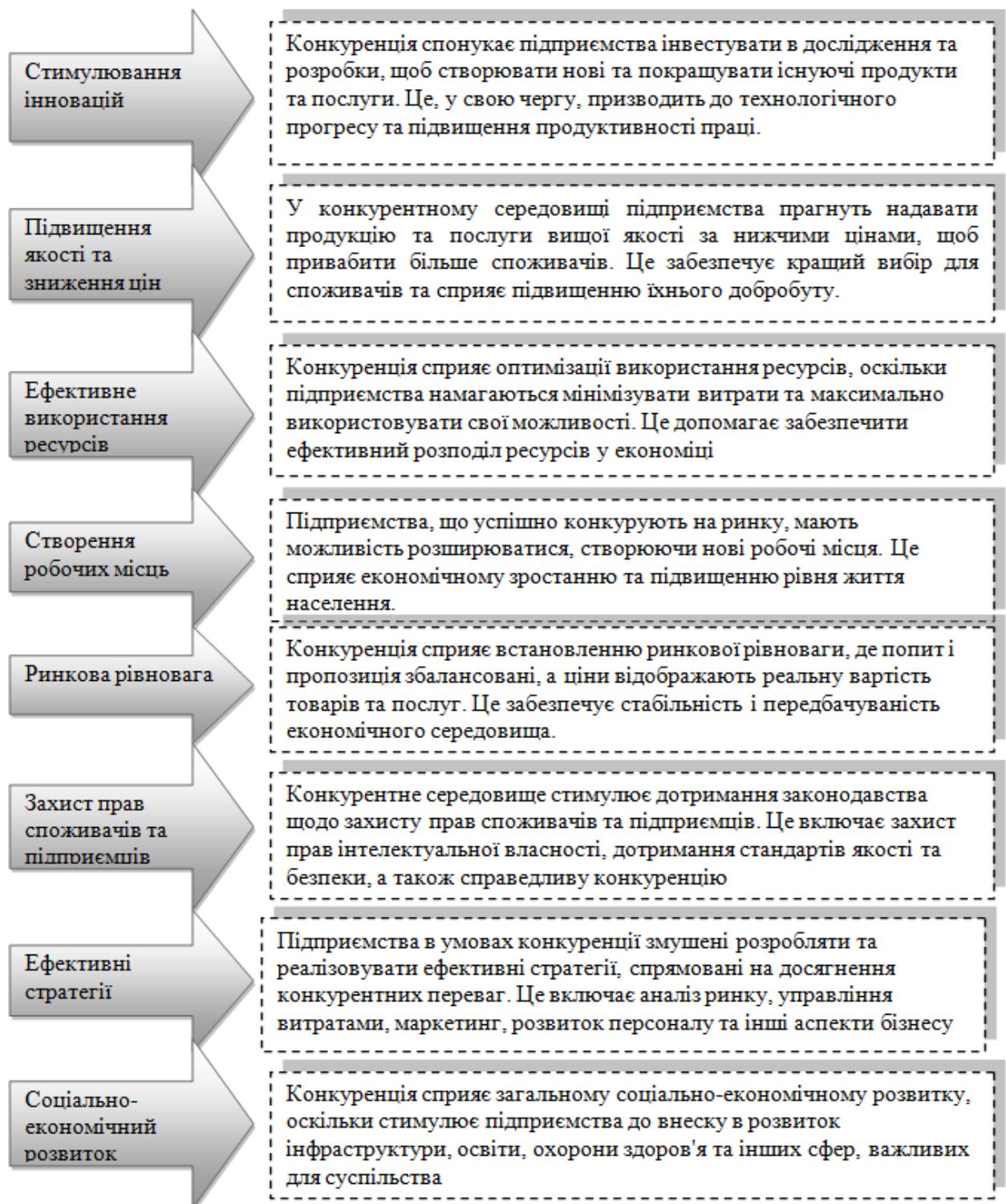


Рис. 1.3. Основні аспекти впливу конкуренції на ринкову економіку

Поняття "конкуренція" та "конкурентоспроможність" стали широко використовуватися українськими економістами з початком ринкових реформ, хоча дослідження в цій галузі почалися ще в 1970-х роках. Вивчення

конкурентоспроможності є невід'ємною складовою загальної теорії конкуренції і займає центральне місце в сучасних економічних дослідженнях.

Конкуренцію можна охарактеризувати як офіційно визнаний процес боротьби організації за виживання та процвітання на ринку. Вона є одним із ключових ринкових механізмів, що забезпечують відбір і регулювання учасників ринкових відносин. Конкуренція стимулює підприємства до вдосконалення своїх продуктів і послуг, впровадження інновацій та зниження витрат, що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню загальної ефективності економіки.

Крім того, конкуренція виконує важливу роль у формуванні цін на товари та послуги. В умовах конкуренції ціни визначаються взаємодією попиту і пропозиції, що забезпечує справедливе ціноутворення. Це дозволяє споживачам отримувати якісні продукти за оптимальними цінами, а виробникам — отримувати адекватну винагороду за свою працю та інвестиції.

Вивчення конкуренції та конкурентоспроможності дозволяє глибше розуміти механізми функціонування ринкової економіки та розробляти ефективні стратегії для підвищення економічної стійкості та розвитку підприємств. Це особливо важливо в умовах глобалізації та швидких технологічних змін, коли підприємства змушені швидко адаптуватися до нових викликів і можливостей.

Таким чином, конкуренція є складним і багатогранним явищем, яке відіграє ключову роль у забезпеченні динамічності та ефективності ринкової економіки. Вона стимулює розвиток, інновації та якість, сприяючи економічному зростанню та підвищенню добробуту суспільства.

1.2. Сутність конкурентного розвитку підприємства

Підприємства ухвалюють рішення, керуючись як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, які безпосередньо визначають їхню поведінку та стратегічні напрями розвитку. У конкурентному середовищі, на відміну від

монопольного, вплив цих чинників значно посилюється. Конкуренція зберігає свободу підприємницької діяльності, проте ринкові рішення підприємства не можуть бути прийняті, орієнтуючись лише на власні інтереси, цілі та стратегії. Переважна більшість підприємств змушена враховувати конкурентне оточення під час прийняття рішень, оскільки існуюча структура товарних ринків вимагає постійної адаптації до умов конкуренції.

Зокрема, в умовах конкурентного ринку підприємства стикаються з необхідністю постійно аналізувати дії своїх конкурентів, адаптувати свої стратегії та оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Це вимагає від підприємств високої гнучкості та готовності до впровадження інновацій, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність та довгострокову стійкість на ринку. В результаті, підприємства не тільки задовольняють поточні потреби споживачів, але й активно стимулюють розвиток нових продуктів та послуг, що відповідають змінюваним вимогам ринку [41].

Крім того, підприємства відіграють важливу роль у створенні робочих місць, забезпечуючи зайнятість населення та підвищуючи рівень життя. Вони сприяють розвитку місцевих громад, здійснюючи інвестиції в інфраструктуру, освіту та соціальні програми. Ефективне управління підприємствами сприяє підвищенню продуктивності праці, зниженню витрат та підвищенню якості продукції, що в кінцевому підсумку сприяє зміцненню національної економіки.

Підприємства також сприяють впровадженню передових технологій та інновацій, що підвищує конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Вони активно співпрацюють з науковими установами та дослідницькими центрами, що сприяє розвитку нових знань та технологій. Це, у свою чергу, сприяє підвищенню науково-технічного потенціалу країни та її інтеграції в глобальну економіку.

Підприємства відіграють багатогранну та важливу роль у забезпеченні економічної стабільності та розвитку держави. Вони не тільки сприяють економічному зростанню, але й підтримують ринкову рівновагу через свою взаємодію з іншими учасниками ринку, створюють робочі місця, впроваджують інновації та сприяють соціально-економічному розвитку суспільства в цілому.

В таких умовах конкурентний розвиток підприємств можна визначити як якісні та прогресивні зміни у внутрішньому середовищі самого підприємства, що відбуваються під впливом зовнішніх чинників. Ці зміни сприяють формуванню конкурентної взаємодії з іншими учасниками ринку, яка базується на дотриманні добросовісних і чесних правил торгівлі. Важливими аспектами цієї взаємодії є захист прав інтелектуальної власності, захист прав споживачів та захист приватної власності. Також до них належать справедливий обмін ресурсами та рівномірний розподіл ринкового прибутку між усіма учасниками ринку.

Конкурентний розвиток підприємства включає впровадження інновацій та сучасних технологій, які покращують його внутрішні процеси та продуктивність. Це сприяє підвищенню якості продукції та послуг, що в свою чергу допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним на ринку. Зміни, що відбуваються внаслідок впливу зовнішніх факторів, також можуть включати адаптацію до нових ринкових умов, регуляторних вимог та змін у поведінці споживачів.

Зовнішні чинники, такі як економічні умови, зміни у законодавстві, технологічний прогрес та соціальні тенденції, відіграють важливу роль у стимулюванні внутрішніх змін підприємства. Підприємства, які активно адаптуються до цих змін, можуть ефективніше використовувати свої ресурси, оптимізувати виробничі процеси та покращувати свій фінансовий стан.

Взаємодія підприємств з іншими ринковими учасниками також передбачає створення партнерських відносин, співпрацю з постачальниками та клієнтами, що сприяє створенню синергетичного ефекту та розширенню ринкових можливостей. Ця взаємодія є основою для сталого економічного зростання та розвитку, оскільки забезпечує рівномірний розподіл прибутку та справедливий обмін ресурсами між усіма учасниками ринку.

Дотримання добросовісних та чесних правил торгівлі є ключовим елементом конкурентного розвитку, оскільки забезпечує рівні умови для всіх учасників ринку. Захист прав інтелектуальної власності стимулює інноваційну

діяльність підприємств, оскільки гарантує, що їхні інновації будуть захищені від незаконного використання. Захист прав споживачів підвищує довіру до підприємств та сприяє створенню позитивного іміджу на ринку.

Таким чином, конкурентний розвиток підприємств є складним та багатограним процесом, який включає якісні зміни у внутрішньому середовищі підприємства під впливом зовнішніх факторів. Цей процес сприяє формуванню конкурентної взаємодії з іншими ринковими учасниками на основі чесних правил торгівлі, захисту прав та справедливого обміну ресурсами, що в кінцевому підсумку забезпечує стале економічне зростання та розвиток.

Конкурентний розвиток підприємства проявляється у кількох ключових аспектах:

1. Самостійність у прийнятті управлінських рішень. Підприємства мають можливість самостійно ухвалювати рішення щодо ведення господарської діяльності, включаючи встановлення цін, вирішення питань щодо обсягу виробництва та збуту продукції. Це дозволяє підприємствам оперативно реагувати на ринкові зміни та адаптувати свою стратегію відповідно до актуальних умов.

2. Орієнтація на потреби споживача. Фокус на потребах та уподобаннях споживачів є основою конкурентної стратегії. Підприємства, які враховують запити своїх клієнтів, здатні створювати продукцію та послуги, що максимально задовольняють ці запити, тим самим підвищуючи свою конкурентоспроможність.

3. Прозорість у здійсненні господарської діяльності. Прозорість у бізнес-процесах сприяє підвищенню довіри з боку споживачів, партнерів та регуляторів. Відкритість у веденні справ допомагає уникати корупційних ризиків та створює позитивний імідж підприємства на ринку.

4. Встановлення власних конкурентних переваг. Створення унікальних конкурентних переваг та досягнення високого рівня конкурентоспроможності є важливим для забезпечення стабільного прибутку. Це може включати інновації, ефективне управління ресурсами та інші фактори, що дозволяють підприємству виділятися серед конкурентів.

5. Володіння конкурентною культурою. Участь у саморегулюванні ринкових процесів вимагає від підприємств володіння конкурентною культурою. Це включає визначення відхилень від стандартів конкурентної поведінки більшості учасників ринку та можливість використати доступний нормативно визначений інструментарій щоб вплинути на таку поведінку.

6. Захист прав на інтелектуальну власність передбачає дотримання прав на інтелектуальну власність є критично важливим в інноваційній сфері. Підприємства повинні забезпечувати захист своїх розробок і винаходів, щоб уникнути незаконного використання та підвищити свою конкурентоспроможність.

7. Дотримання справедливих і конкурентних торгових звичаїв. Ведення господарської діяльності з дотриманням чесних та етичних стандартів торгівлі сприяє створенню здорового конкурентного середовища. Це включає чесність у рекламних кампаніях, справедливе ціноутворення та інші аспекти етичного ведення бізнесу [27].

Вцілому, конкурентний розвиток підприємства проявляється у здатності швидко адаптуватися до ринкових змін, орієнтуватися на потреби споживачів, забезпечувати прозорість у діяльності, формувати унікальні конкурентні переваги та дотримуватися етичних стандартів. Такий підхід дозволяє підприємствам не тільки виживати в умовах конкуренції, але й процвітати, забезпечуючи стале економічне зростання та підвищення добробуту суспільства.

Конкурентна перевага – це унікальна характеристика компанії, яка надає їй перевагу над іншими учасниками ринку. Ця перевага може ґрунтуватися як на внутрішніх ресурсах і можливостях бізнесу, так і на зовнішніх факторах, що впливають на його діяльність.

Визначення та використання конкурентних переваг дозволяє компанії ефективніше та раціональніше розпоряджатися своїми ресурсами. Це сприяє вибору найбільш перспективних напрямків для розвитку економічного потенціалу як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді. Оцінка

конкурентних переваг допомагає оптимізувати структуру використання ресурсного потенціалу підприємства на різних етапах його життєвого циклу.

Завдяки чіткому розумінню своїх конкурентних переваг, компанія може розробляти стратегічні програми розвитку. Такі програми враховують доцільність і ефективність використання певних ресурсів з метою максимізації результативності діяльності. Це дозволяє досягти стійких конкурентних позицій у своєму цільовому сегменті ринку, забезпечуючи компанії довготривалий успіх.

Конкурентні переваги можуть виникати з різних джерел, які класифікуються на внутрішні та зовнішні. Внутрішні джерела включають аспекти, такі як технологічні інновації, висококваліфікований персонал, унікальні виробничі процеси та управлінські навички. Зовнішні джерела можуть включати ринкові тенденції, сприятливе законодавство, доступ до нових ринків або партнерські відносини.

Загалом, конкурентні переваги є ключовим фактором успішного розвитку компанії. Вони визначають, наскільки ефективно компанія може використовувати свої ресурси та можливості, щоб залишатися конкурентоспроможною та займати лідерські позиції на ринку. Розробка та впровадження стратегій, заснованих на конкурентних перевагах, сприяє не лише підвищенню прибутковості, але й зміцненню репутації компанії та її здатності адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Можна зробити висновок, що конкурентні переваги формують основу для стратегічного планування та управління підприємством. Вони забезпечують стійкий розвиток і здатність досягати високих результатів, що є важливим для тривалого успіху на ринку. Підприємства, які вміло використовують свої конкурентні переваги, здатні ефективно відповідати на виклики ринку і швидко адаптуватися до нових умов, що сприяє їхньому стабільному зростанню і процвітанню.

Класифікація джерел виникнення конкурентних переваг може бути дуже різноманітна, коли візьмемо одне із найбільш популярних – за походженням, то отримаємо досить різноманітний набір (рис. 1.4)

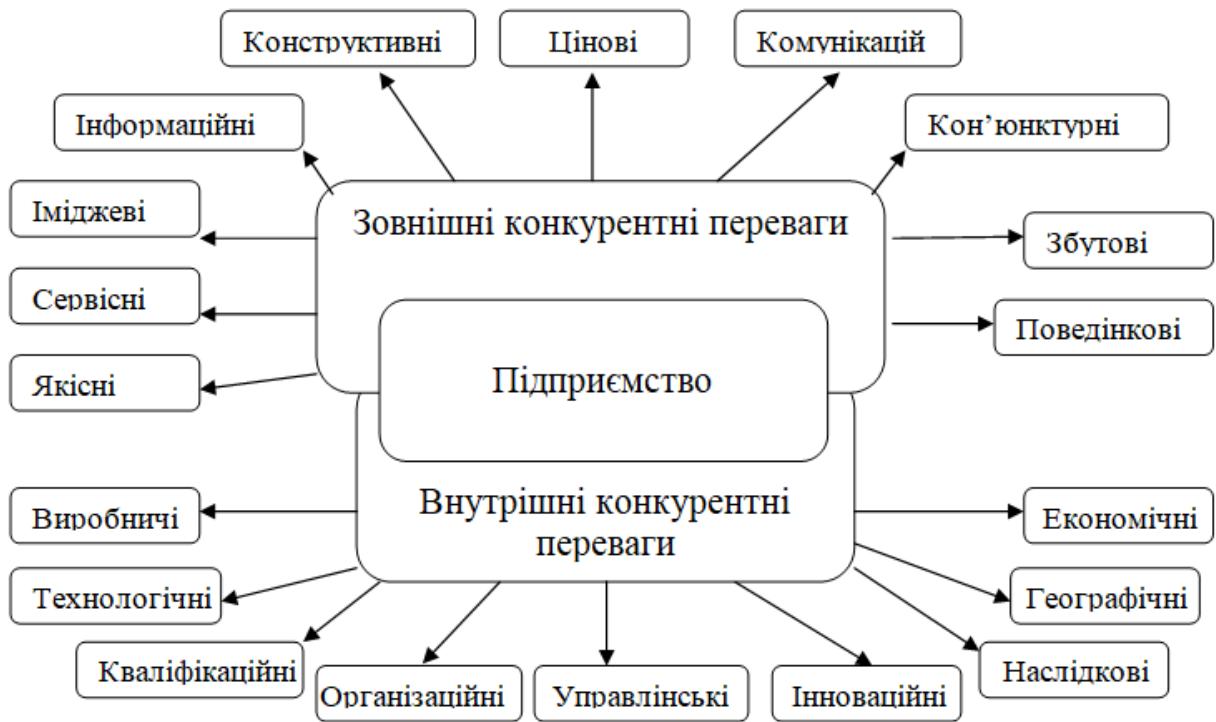


Рис. 1.4. Комплекс конкурентних переваг підприємства згрупованих за джерелом їх формування

Зовнішні переваги підприємства ґрунтуються на його здатності формувати визначальні цінності з позицій споживача продукції. Це дозволяє компанії задовольняти потреби клієнтів більш повно, знижувати їхні витрати або підвищувати ефективність їхньої діяльності. Такі переваги можуть включати інноваційні продукти, високоякісні послуги, вигідні умови продажу та підтримку клієнтів.

Внутрішні ж переваги формуються під впливом характерних внутрішніх аспектів підприємства, які перевищують відповідні показники головних конкурентів. Сюди відносяться обсяг витрат, продуктивність праці, планування виробничих процесів, система менеджменту та інші фактори. Наприклад, підприємство з більш ефективною системою управління може швидше реагувати на зміни ринку і краще координувати свої внутрішні ресурси.

Зовнішні та внутрішні переваги взаємодіють між собою, створюючи синергетичний ефект, який дозволяє підприємству досягати високих результатів. Зовнішні переваги, такі як здатність задовольняти потреби клієнтів, можуть бути підкріплені внутрішніми перевагами, такими як ефективність

виробництва та низькі витрати. Цей комплексний підхід дозволяє підприємству не лише підтримувати конкурентоспроможність, але й досягати лідерства на ринку.

Для ефективного використання своїх переваг підприємству необхідно постійно аналізувати як зовнішні, так і внутрішні чинники, впроваджувати інновації та вдосконалювати свої процеси. Зовнішній аналіз включає дослідження ринкових тенденцій, потреб споживачів та діяльності конкурентів. Внутрішній аналіз спрямований на оцінку ефективності використання ресурсів, продуктивності праці та якості управління.

Підприємства, які успішно комбінують зовнішні та внутрішні переваги, здатні створювати стійкі конкурентні переваги. Вони можуть пропонувати унікальні продукти або послуги, які відповідають потребам ринку, а також забезпечувати високу ефективність внутрішніх процесів, що дозволяє знижувати витрати і підвищувати рентабельність.

Загалом, ефективне використання зовнішніх та внутрішніх переваг є ключовим чинником успіху в сучасному конкурентному середовищі. Підприємства повинні активно працювати над розвитком цих переваг, забезпечуючи інноваційний підхід до задоволення потреб споживачів та постійне вдосконалення внутрішніх процесів. Це дозволить їм не лише виживати в умовах жорсткої конкуренції, але й процвітати, досягаючи високих результатів та забезпечуючи довгостроковий успіх.

Більшість дослідників під поняттям «конкурентний розвиток підприємства» розуміють процес управління конкурентоспроможністю організації, який включає моніторинг дій конкурентів, а також аналіз їх сильних та слабких сторін, що дозволяє досягти конкурентних переваг на певному ринку [19]. Проте, конкурентний розвиток охоплює не лише порівняння з конкурентами, але й дотримання основних принципів розвитку економічної системи в цілому. Це передбачає активну участь у конкурентному середовищі на товарних ринках, де підприємства змагаються за найкращі умови виробництва, ефективного використання ресурсів та задоволення потреб споживачів.

Конкурентний розвиток підприємства включає не тільки реакцію на ринкові виклики та стратегії конкурентів, але й стратегічне планування, яке враховує загальні економічні тенденції та вимоги ринку. Підприємства мають адаптуватися до змін у ринковому середовищі, зосереджуючись на інноваціях, оптимізації бізнес-процесів та підвищенні якості продукції, що сприяє довгостроковому успіху. Підприємства повинні діяти відповідно до загальних правил і норм конкуренції, що існують на товарних ринках. Вони повинні прагнути до забезпечення інтересів споживачів, змагатися за найкращі умови виробництва благ та ефективного використання ресурсів.

Моніторинг конкурентів та аналіз ринку. Постійний моніторинг дій конкурентів та аналіз їхньої поведінки на ринку дозволяє підприємствам виявляти свої конкурентні переваги та слабкі місця. Це допомагає у розробці ефективних стратегій, які спрямовані на утримання та розширення ринкової частки.

Розвиток підприємства у конкурентному середовищі вимагає дотримання принципів чесної конкуренції. Це означає, що підприємства повинні діяти відповідно до законодавчих норм і етичних стандартів, забезпечуючи прозорість та справедливість у своїй діяльності. Підприємства повинні постійно вдосконалювати свої продукти та послуги, щоб відповідати змінюваним вимогам ринку. Це вимагає впровадження інновацій, інвестицій у дослідження та розвиток, а також постійного поліпшення якості продукції. Важливим аспектом є управління внутрішніми процесами підприємства. Це включає оптимізацію виробничих процесів, зниження витрат, підвищення продуктивності праці та ефективного управління ресурсами. Такі заходи дозволяють підприємству залишатися конкурентоспроможним навіть у складних ринкових умовах.

Також важливим аспектом є зовнішня орієнтація підприємства. Це означає, що підприємства повинні активно досліджувати ринок, розуміти потреби та очікування споживачів, а також швидко реагувати на них.

Конкурентний розвиток також включає дотримання етичних і правових норм, забезпечення справедливості у відносинах з іншими учасниками ринку та

підтримання високих стандартів якості продукції та послуг. Підприємства, які орієнтуються на такий підхід, не тільки прагнуть перевершити своїх конкурентів, але й вносять вклад у сталий розвиток економіки, сприяючи створенню здорового конкурентного середовища.

Крім того, конкурентний розвиток передбачає інвестування в людські ресурси, розвиток професійних навичок працівників та підвищення їх мотивації. Це дозволяє підприємству бути гнучким та інноваційним, швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та використовувати нові можливості для зростання.

Меліхов А.А. справедливо вважає, під конкурентним розвитком підприємства – послідовний процес конструктивних змін, які здійснюються відповідно до розробленої на підприємстві конкурентної стратегії. Цей процес забезпечує стійку позицію підприємства на ринку та його здатність протистояти негативним впливам зовнішнього середовища. Водночас вважається, що конкурентний розвиток передбачає не лише зовнішні зміни, але й набуття нових компетентностей та розкриття прихованого потенціалу підприємства [25].

Зміни, які супроводжують конкурентний розвиток, мають вести до створення нового рівня взаємовідносин на ринку, посилення конкурентної боротьби та вдосконалення конкурентних механізмів. Це означає, що на ринку залишатимуться лише ті підприємства, що гнучко реагують на зміни та розуміють і розкривають власний потенціал. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності та продуктивності підприємств, оскільки конкуренція змушує їх постійно вдосконалювати свої продукти, послуги та внутрішні процеси.

Зокрема, конкурентний розвиток передбачає впровадження інновацій, оптимізацію управлінських процесів, підвищення кваліфікації працівників та розвиток корпоративної культури. Це включає також інвестування в новітні технології, дослідження та розробки, що дозволяє підприємствам бути на передовій у своїй галузі та швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі.

Крім того, важливо, щоб конкурентний розвиток сприяв поліпшенню відносин між підприємствами та їхніми клієнтами, партнерами та

постачальниками. Високий рівень довіри та співпраці між учасниками ринку забезпечує стабільність та сприяє довгостроковому успіху.

Конкурентний розвиток підприємства – це складний і багатогранний процес, який включає не лише реалізацію конкурентної стратегії, але й набуття нових знань та компетентностей, розкриття потенціалу та створення нових можливостей для зростання. Це веде до посилення конкуренції та підвищення загальної ефективності ринку, залишаючи на ньому лише ті підприємства, які здатні до постійного вдосконалення та інноваційу [35].

У ринкових взаєминах підприємства для завоювання та утримання своєї ринкової ніші реалізують різноманітні конкурентні стратегії, які визначають їхню поведінку відносно конкурентів. Серед найбільш популярних стратегій є стратегія лідерства по витратах, широкої диференціації, оптимальних витрат, сфокусована стратегія на основі низьких витрат та сфокусована стратегія на основі диференціації продукції [22].

Підприємства, реалізуючи ці стратегії, можуть іноді відхилятися від вимог конкурентного законодавства. Важливо, щоб обрана підприємством стратегія забезпечувала його конкурентний розвиток через дотримання принципів чесної конкуренції. Це означає, що підприємства повинні прагнути до отримання конкурентних прибутків завдяки власним перевагам, а не через захоплення ринку або обмеження свободи господарської діяльності інших підприємств. Неприпустимі також дії, які призводять до втрати добробуту споживачів.

Успішна реалізація конкурентних стратегій сприяє формуванню здорового конкурентного середовища на товарних ринках. Це створює основи для розвитку конкуренції, що в свою чергу сприяє сталому економічному зростанню держави. Підприємства, які дотримуються принципів чесної конкуренції, не тільки досягають своїх бізнес-цілей, але й сприяють загальному економічному благополуччю, забезпечуючи стабільність та розвиток ринку.

Крім того, правильна реалізація конкурентних стратегій включає інноваційний підхід до виробництва та управління, що дозволяє підприємствам знижувати витрати, підвищувати якість продукції та забезпечувати більш

ефективне використання ресурсів. Це створює додаткові переваги та допомагає підприємствам адаптуватися до змін у ринковому середовищі.

В результаті, конкурентний розвиток підприємств не лише зміцнює їхні позиції на ринку, але й сприяє загальному економічному прогресу. Підприємства, що успішно реалізують свої стратегії, сприяють підвищенню добробуту споживачів через надання якісних товарів та послуг за конкурентними цінами. Вони також стимулюють економічне зростання, інвестуючи в інновації та створюючи нові робочі місця.

Підприємство постійно діє в межах конкурентного середовища, ведучи активну боротьбу з іншими учасниками ринку. Це середовище вимагає від підприємства постійної готовності до змін та адаптації, щоб утримувати та покращувати свої позиції. В таких умовах підприємство змушене безперервно впроваджувати кількісні та якісні зміни, спрямовані на досягнення перемоги в конкурентній боротьбі.

Конкурентне середовище спонукає підприємства до розвитку та вдосконалення. Це включає не лише покращення існуючих процесів та продуктів, але й впровадження нових технологій, розширення ринків, удосконалення управлінських практик та інші інновації. Підприємства, які не здатні адаптуватися до змін та залишатися конкурентоспроможними, ризикують втратити свої позиції на ринку.

Таким чином, конкурентний розвиток підприємства слід розглядати як специфічну і закономірну форму розвитку, яка є невід'ємною частиною його існування в сучасній економіці. Цей розвиток охоплює всі аспекти діяльності підприємства, від виробництва до маркетингу, фінансів та управління персоналом. Конкурентний розвиток не лише забезпечує підприємству можливість виживання, але й сприяє його процвітанню та зростанню.

Важливо зазначити, що конкурентний розвиток вимагає від підприємства стратегічного підходу. Це означає, що підприємство повинно мати чітко визначені цілі та плани, які враховують можливі зміни у зовнішньому середовищі та власні внутрішні можливості. Стратегічне планування дозволяє

підприємству ефективно використовувати свої ресурси, мінімізувати ризики та максимально використовувати свої конкурентні переваги.

Конкурентний розвиток також включає постійний аналіз ринку та конкурентів, що дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни та коригувати свою стратегію. Це означає, що підприємство повинно бути готовим до постійного вдосконалення та інновацій, що є ключовими факторами успіху в сучасному конкурентному середовищі.

Підприємство, яке активно розвивається в умовах конкурентного середовища, здатне не лише утримувати свої позиції, але й досягати нових висот. Конкурентний розвиток сприяє підвищенню ефективності, продуктивності та інноваційності підприємства, що в кінцевому підсумку призводить до його довгострокового успіху та стабільного зростання на ринку.

Коли мова заходить про визначення сутності конкурентного розвитку організації необхідно звернути особливу увагу на агресивний вплив зовнішнього середовища та постійну потребу протистояти цьому впливу. Конкурентний розвиток організації як соціально-економічної системи можна трактувати як процес формування і реалізації конструктивних змін, в основі якого іманентна здатність організації до адаптації та мінливості. Ці зміни повинні бути обґрунтовані використовуваною стратегією конкуренції, що дозволяє підприємству набувати нових якостей, які забезпечують його стійкість та здатність протистояти агресивному впливу зовнішнього конкурентного середовища [25].

Такий підхід підкреслює важливість не лише адаптації до змін, але й проактивної позиції підприємства у розвитку власних конкурентних переваг. Підприємство повинно постійно вдосконалювати свої внутрішні процеси, впроваджувати інновації та покращувати якість продукції та послуг, щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Конкурентний розвиток включає в себе аналіз та моніторинг зовнішнього середовища, ідентифікацію потенційних загроз та можливостей, а також розробку стратегічних планів для ефективного реагування на ці виклики.

Підприємство повинно бути готовим до швидких змін та мати гнучку стратегію, яка дозволяє оперативно адаптуватися до нових умов ринку.

Конкурентний розвиток також передбачає розвиток людських ресурсів підприємства. Висококваліфікований персонал, здатний швидко навчатися та адаптуватися до нових технологій і методів роботи, є ключовим фактором успіху в умовах жорсткої конкуренції. Інвестування в освіту та професійний розвиток працівників сприяє підвищенню загальної продуктивності та інноваційності підприємства.

Крім того, важливим аспектом конкурентного розвитку є ефективне управління ресурсами підприємства. Це включає оптимізацію витрат, підвищення ефективності використання ресурсів та впровадження сучасних управлінських практик. Ефективне управління дозволяє підприємству підтримувати високий рівень конкурентоспроможності навіть у складних ринкових умовах.

Таким чином, конкурентний розвиток підприємства можна розглядати як комплексний процес, що включає адаптацію до зовнішнього середовища, впровадження інновацій, розвиток людських ресурсів та ефективне управління ресурсами. Цей процес забезпечує стійкість підприємства та його здатність успішно конкурувати на ринку, досягаючи довгострокових цілей та сприяючи стабільному економічному зростанню.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Характеристика організаційно-економічних показників діяльності фермерського господарства

Дослідження в роботі проводились за матеріалами фермерського господарства «Січ-Агро», яке розташоване в Синельниківському районі Дніпропетровської області (раніше – Покровський район), було засноване згідно установчих документів ще 1996 році Центральна садиба господарства знаходиться за юридичною адресою: Дніпропетровська область, Синельниківський район, село Романки, вулиця Січеславська, будинок 28. Основна частина допоміжних і обслуговуючих потужностей господарства, також знаходиться на цій же вулиці села.

Для налагодження логістичних зв'язків господарства, важливе його територіальне розміщення. Таким чином варто врахувати, що село розташоване на відстані 110 км від обласного центру – міста Дніпра, і на відстані 55 км від районного центру – міста Синельникове. Відстань до залізничної інфраструктури: станції Мечетна Придніпровської залізниці становить 9 км, і до станції Чаплине – також 9 км. Транспортне сполучення передбачає наявність доріг з твердим асфальтним покриттям

Село Романки розміщується на правому березі річки Вовча. Відстань до села Левадне вверх за течією річки Вовча складає 6 км, до села Григорівка вниз за течією – 4 км, а до села Водяне – лише 1 км. Річка потенційно здатна бути джерелом зрошення сільськогосподарських земель.

Територія, на якій розміщене підприємство, відноситься до центрального ґрунтово-кліматичного району Дніпропетровської області, що характеризується помірно-континентальним кліматом із нестабільними та незначними природним зрошенням. Середньорічна сума опадів складає 426 мм, а середня річна температура повітря – +8,8°C. Період із середньою

температурою вище $+10^{\circ}\text{C}$ триває 165–170 днів, при цьому сума активних температур за цей період становить $2900\text{--}3000^{\circ}\text{C}$, а кількість природних опадів в цей період – 220–250 мм.

Більша частина природних опадів (біля 70 % річної суми) припадає на теплий період року, але через зливовий характер дощів їх ефективність значно знижується. Низька відносна вологість повітря і підвищена температура повітря призводять до великих втрат вологи через природне випаровування.

За даними метеостанції Чаплине, погодні умови останніх років дещо відрізняються від середніх багаторічних показників, характеризуючись підвищеними температурами протягом року, зменшенням кількості опадів та їх нерівномірним розподілом, а також підвищеною відносною вологістю в теплий період року. Зокрема, спостерігається зменшення атмосферного зволоження в весняно-осінній період, особливо влітку і в першій половині осені.

Основним та незамінним ресурсом у сільськогосподарському виробництві є земельні ресурси. Усі земельні угіддя, закріплені за фермерським господарством «Січ-Агро», формують його земельний фонд. Цей фонд складається переважно з земель сільськогосподарського призначення, зокрема ріллі. Частина земель є приватною власністю засновників господарства, а інша частина, яка налічує 360 земельних ділянок, є орендованими земельними паями громадян.

Згідно з даними, наведеними в таблиці 2.1, протягом 2019–2023 років земельний фонд господарства збільшився на 9 гектарів, що становить приріст на 0,8%. Це розширення земельного фонду стало можливим завдяки укладанню нових договорів оренди на земельні частки (паї). Така тенденція є позитивною для фермерського господарства, оскільки збільшення земельних ресурсів сприяє розширенню виробничих можливостей і потенціалу господарства.

Розширення земельного фонду дозволяє «Січ-Агро» не тільки збільшити обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, але й впроваджувати більш ефективні технології обробки землі та вирощування культур. Додаткові земельні ресурси також сприяють покращенню сівозміни

та збереженню родючості ґрунтів, що є важливим аспектом сталого землеробства.

Таблиця 2.1

Структура земельних угідь ФГ «Січ-Агро» в динаміці

Показники	2019		2020		2021		2022		2023		2023 в % до 2019
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%	
Загальна площа земельних угідь, га	1140,1	100	1140,1	100	1140,1	100	1148,9	100	1148,9	100	100,7
у тому числі: сільськогосподарські угіддя	1140,1	100	1140,1	100	1140,1	100	1148,9	100	1148,9	100	100,7
з них: рілля	1140,1	100	1140,1	100	1140,1	100	1148,9	100	1148,9	100	100,7
Землеозброєність, га	57,1	х	57,1	х	57,1	х	57,5	х	95,7	х	167,6

У 2023 році загальна площа земельних угідь зросла на 8,8 га порівняно з 2019 роком, що становить збільшення на 0,7%. Площа сільськогосподарських угідь також зросла на 8,8 га або на 0,7% за цей період. Площа ріллі зросла на 8,8 га або на 0,7% за п'ятирічний період. Землеозброєність зросла з 57,1 га у 2019 році до 95,7 га у 2023 році, що становить значне збільшення на 67,6% за цей період.

За період з 2019 до 2023 року земельний фонд фермерського господарства «Січ-Агро» збільшився на 8,8 га, що є позитивним показником для господарства. Це свідчить про розширення виробничих можливостей господарства та його стійке зростання. Площа сільськогосподарських угідь та ріллі залишалася стабільною до 2022 року, після чого зросла на 0,7%. Це вказує на збалансоване використання земельних ресурсів і поступове розширення посівних площ. Найбільш значущим змінам піддалася землеозброєність, яка зросла на 67,6% за аналізований період. Це відбулося за рахунок зменшення кількості працівників.

Загалом, дані свідчать про позитивну динаміку розвитку фермерського господарства «Січ-Агро», зокрема у збільшенні земельного фонду та підвищенні ефективності використання земельних ресурсів.

Зростання земельного фонду є стратегічно важливим кроком для господарства, оскільки дозволяє забезпечити більш стійкий розвиток та підвищити конкурентоспроможність на ринку сільськогосподарської продукції. Укладання нових договорів оренди на земельні паї також свідчить про довіру з боку громадян, які готові передавати свої земельні ділянки в управління «Січ-Агро», що є позитивним показником для репутації господарства.

Таким чином, розширення земельного фонду через оренду додаткових ділянок є важливим елементом у розвитку фермерського господарства «Січ-Агро». Це дозволяє не тільки збільшити виробничі обсяги, але й покращити ефективність та стабільність господарства у довгостроковій перспективі.

Матеріально-технічна база фермерського господарства «Січ-Агро» включає будівлі як виробничого, так і невиробничого призначення, а також широкий спектр сільськогосподарської техніки. До цієї техніки належать зернозбиральні комбайни, трактори, різноманітні сільськогосподарські машини, автомобільний транспорт, виробниче обладнання та оргтехніка.

На сьогоднішній день, забезпеченість господарства основними засобами виробництва можна оцінити на задовільному рівні. Однак, варто зазначити, що багато технічних засобів мають значний ступінь зношеності. Це призводить до того, що через несправності комбайнів чи тракторів можуть порушуватися оптимальні строки виконання технологічних операцій. У пікові періоди навантаження на зернозбиральні комбайни настільки велике, що вони змушені працювати інколи у дві зміни.

Господарство активно виконує власними силами технологічні операції з обробітку ґрунту, посіву, догляду за посівами та збирання врожаю не лише для власних потреб, а й для населення. Це включає комплекс робіт, спрямованих на підвищення врожайності та ефективності використання земельних ресурсів. Забезпечення якісного обслуговування та своєчасного виконання всіх агротехнічних операцій є пріоритетним завданням для «Січ-Агро».

Попри наявність необхідного обладнання, існує потреба в оновленні та модернізації технічної бази господарства. Це дозволить підвищити ефективність виробництва та зменшити ризики, пов'язані з несправностями техніки. Інвестиції у новітні технології та обладнання сприятимуть не лише покращенню виробничих процесів, але й підвищенню конкурентоспроможності господарства на ринку.

Таким чином, матеріально-технічна база «Січ-Агро» є достатньо розвиненою, але потребує оновлення та модернізації для забезпечення стабільного та ефективного функціонування. Забезпечення якісної техніки та її належне обслуговування є ключовими факторами успіху фермерського господарства, що дозволить досягти високих показників продуктивності та рентабельності в сільськогосподарському виробництві.

Таблиця 2.2

**Забезпеченість та використання основних виробничих засобів
у ФГ «Січ-Агро»**

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	2023 у % до 2019
Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн	17046,1	17247,3	20193,4	23158,6	23932,8	140,4
Фондозабезпеченість, тис. грн	14,9	15,1	17,7	20,1	20,8	139,6
Фондоозброєність, тис.грн	852,2	862,5	1009,6	1157,8	1994,3	234,1
Фондовіддача, грн	0,36	0,27	0,33	0,24	0,23	63,9
Вартість валової продукції в розрахунку на 1 кВт енергії, грн	6291,2	5077,4	7129,7	5079,3	4909,1	78,1

Середньорічна вартість основних виробничих засобів зросла на 40.4% за період 2019-2023 років. Це вказує на значні інвестиції у виробничі активи, що включає оновлення та розширення технічної бази господарства. Фондозабезпеченість збільшилась на 39.6% за період 2019-2023 років, що свідчить про поліпшення забезпеченості підприємства основними засобами виробництва. Фондоозброєність зросла на 134.1% за період 2019-2023 років, що вказує на значне збільшення вартості основних виробничих засобів у розрахунку на одного працівника. Фондовіддача знизилася на 36.1% за період 2019-2023 років. Це може свідчити про недостатнє використання виробничих

активів при цьому, зростання вартості основних засобів не супроводжується відповідним зростанням продуктивності. Вартість валової продукції в розрахунку на 1 кВт енергії знизилася на 21.9% за період 2019-2023 років. Це вказує на зниження ефективності використання енергії у виробничих процесах.

Показники фондозабезпеченості та фондоозброєності зросли, що свідчить про покращення матеріально-технічної бази та забезпеченості виробничими засобами. Показник фондівіддачі знизився, що може вказувати на проблеми з ефективністю використання основних засобів виробництва. Зниження вартості валової продукції на 1 кВт енергії вказує на потребу в підвищенні енергоефективності виробництва.

Таким чином, для подальшого розвитку фермерського господарства «Січ-Агро» слід зосередитися на підвищенні ефективності використання основних засобів та енергії, а також на поліпшенні продуктивності, щоб максимізувати віддачу від інвестицій у виробничі активи.

Забезпеченість фермерського господарства кваліфікованими працівниками є одним з ключових факторів успіху та стабільного розвитку аграрного підприємства. Людські ресурси є основою ефективного функціонування всіх виробничих процесів, і їхня роль особливо значуща в умовах сучасного сільськогосподарського виробництва.

Кваліфіковані працівники здатні ефективно управляти всіма аспектами сільськогосподарського виробництва, включаючи обробіток ґрунту, посів, догляд за рослинами, збір врожаю та зберігання продукції. Вони забезпечують своєчасне та якісне виконання агротехнічних операцій, що є запорукою високих врожаїв та якісної продукції. Сучасне сільське господарство вимагає впровадження новітніх технологій і методів виробництва. Кваліфіковані працівники, які мають необхідні знання та навички, здатні швидко освоювати нові технології, адаптувати їх до умов конкретного господарства і забезпечувати їх ефективне застосування.

Достатня кількість працівників дозволяє забезпечити безперервність виробничого процесу. Це особливо важливо під час пікових періодів, таких як

посівна кампанія або збір врожаю, коли необхідно оперативно виконувати великий обсяг робіт. Забезпеченість працівниками сприяє зниженню виробничих ризиків, пов'язаних з можливими затримками у виконанні робіт або зниженням якості продукції. Кваліфіковані працівники здатні оперативно вирішувати проблеми, що виникають, та підтримувати високий рівень виробництва, що підвищує загальну стійкість господарства до зовнішніх викликів.

Працівники з високим рівнем кваліфікації здатні забезпечити виробництво продукції високої якості, що є ключовим фактором у підвищенні конкурентоспроможності господарства на ринку. Якісна продукція користується більш високим попитом і може бути реалізована за вищими цінами, що сприяє збільшенню доходів господарства. Наявність достатньої кількості кваліфікованих працівників сприяє створенню сприятливого робочого середовища, де кожен працівник відчуває себе частиною команди і має можливість реалізувати свої професійні навички. Це підвищує мотивацію та задоволеність роботою, що позитивно впливає на продуктивність праці та загальний успіх господарства (табл.2.3).

Таблиця 2.3

**Динаміка показників наявності та використання трудових ресурсів у ФГ
«Січ-Агро»**

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	2023 у % до 2019
Середньооблікова кількість працівників, в господарстві:	20	20	20	20	12	60,0
Відпрацьовано за рік, тис. люд.-год.	32,2	32,0	32,3	28,7	20,8	64,6
Річний запас робочого часу, тис. люд.-год.	37,7	37,7	37,7	37,7	23,8	63,1
Коефіцієнт використання робочого часу	0,86	0,85	0,85	0,76	0,87	101,2
Фонд оплати праці за рік, тис. грн	1107,7	1382,7	2024,5	2381,1	1621,1	146,4
Середня оплата праці 1 працівника, тис. грн	55,4	69,1	101,2	119,1	135,1	243,8
Середньомісячна оплати праці 1 працівника, грн	4615	5763	8435	9923	11259	243,8
Продуктивність праці, тис. грн	299,4	241,8	339,5	263,3	424,1	141,6

Розглянувши дані, наведені в таблиці, можна зробити певні висновки, так середньооблікова кількість працівників зменшилася на 40% у 2023 році

порівняно з 2019 роком, що свідчить про значне скорочення персоналу. Відповідно, кількість відпрацьованих людино-годин за рік зменшилася на 35.4% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Річний запас робочого часу знизився на 36.9% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Коефіцієнт використання робочого часу залишився практично стабільним, з незначним зростанням на 1.2% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Фонд оплати праці збільшився на 46.4% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що вказує на зростання витрат на оплату праці. Середня оплата праці одного працівника значно зросла, на 143.8% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Відповідно середньомісячна оплата праці одного працівника також зросла на 143.8% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Продуктивність праці зросла на 41.6% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що свідчить про підвищення ефективності праці.

Вцілому можна зробити висновки, що середньооблікова кількість працівників зменшилася на 40% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Це наслідки скорочення через ситуацію в країні. В той же час фонд оплати праці збільшився на 46.4%, що свідчить про значне зростання витрат на заробітну плату, через підвищення середньої заробітної плати. В результаті все це призвело до збільшення продуктивності праці на 41.6%, що вказує на ефективніше використання робочої сили, незважаючи на зменшення кількості працівників. Загалом, фермерське господарство «Січ-Агро» продемонструвало позитивну динаміку щодо підвищення продуктивності праці та оплати праці, незважаючи на скорочення кількості працівників. Це свідчить про ефективність управлінських рішень та оптимізацію виробничих процесів.

Забезпеченість фермерського господарства кваліфікованими працівниками є критично важливою для його успішного функціонування та розвитку. Вона впливає на всі аспекти виробничого процесу, від впровадження новітніх технологій до підвищення якості продукції та конкурентоспроможності на ринку. Тому інвестиції в людські ресурси, включаючи навчання та розвиток працівників, мають бути пріоритетом для будь-якого сільськогосподарського підприємства, що прагне досягти високих результатів та стабільного зростання.

Завершуючи загальну характеристику фермерського господарства, розглянемо результати виробничо-фінансової діяльності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Результативні показники виробничо-фінансової діяльності ФГ «Січ-Агро»

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	2023 у % до 2019
Виробництво зерна в розрахунку на 100 га ріллі, ц	1701,2	1370,1	2588,4	1369,8	792,1	46,56
Продуктивність праці, тис. грн	299,4	241,8	339,5	263,3	424,1	141,65
Прибуток діяльності - усього, тис. грн	4539,2	2477,5	8057,7	2780,3	3464,6	76,33
на 1 га сільськогосподарських	3,97	2,16	7,08	2,41	3,03	76,30
на 1 працівника, тис. грн	226,9	123,8	402,8	139,0	288,7	127,24
Рівень рентабельності, %	30,91	16,12	40,83	17,14	23,51	-7,40

За результатами даних наведених в таблиці, можна сказати, що виробництво зерна на 100 га ріллі знизилося на 53.44% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Це значне зниження свідчить про проблеми з врожайністю через несприятливі погодні умови, та спрощення (здешевлення) технологій вирощування культур. Продуктивність праці зросла на 41.65% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що вказує на підвищення ефективності роботи працівників. Прибуток від діяльності знизився на 23.67% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що може свідчити про зниження рентабельності або зростання витрат. Прибуток на 1 га сільськогосподарських угідь знизився на 23.70% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Прибуток на одного працівника зріс на 27.24% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що спричинено зменшенням кількості працівників значно швидшими темпами, ніж зменшення прибутку в господарстві. Рівень рентабельності знизився на 7.40 відсоткових пункти у 2023 році порівняно з 2019 роком, що свідчить про зниження прибутковості діяльності господарства.

Загалом, можна сказати, що виробництво зерна на 100 га ріллі знизилося більш ніж на половину за аналізований період. Це є серйозною проблемою, яка вимагає ретельного аналізу та вжиття заходів для поліпшення врожайності і валого збору вцілому. Виробництво зернових культур є

основним джерелом надходження грошових коштів для фінансування діяльності підприємства, тому потребує особливої уваги.

Загалом, фермерське господарство «Січ-Агро» стикається з викликами, пов'язаними зі зниженням врожайності та рентабельності. Для покращення загальної ефективності діяльності слід зосередитися на підвищенні врожайності зернових культур, оптимізації витрат та підвищенні загальної рентабельності.

2.2. Сучасний стан виробничої діяльності ФГ «Січ-Агро»

Фермерське господарство «Січ-Агро» здійснює свою виробничу діяльність у сфері сільського господарства, зосереджуючи основну увагу на вирощуванні зернових культур. Виробничий процес включає всі етапи аграрного циклу, починаючи від підготовки ґрунту до збирання та зберігання врожаю. Господарство використовує сучасні технології обробітку ґрунту, посіву та збору врожаю, що дозволяє підтримувати високі стандарти якості продукції.

Розглянемо структуру товарної продукції господарства. Структура товарної продукції є важливим показником спеціалізації фермерського господарства, оскільки вона відображає основні напрямки діяльності та визначає пріоритети виробництва. Структура товарної продукції є одним з основних показників, що відображає спеціалізацію фермерського господарства. Вона дозволяє визначити, які види продукції є основними в діяльності господарства, і яким чином вони розподіляються в загальному обсязі виробництва (табл. 2.5). Ефективне управління структурою товарної продукції сприяє оптимальному використанню ресурсів та забезпеченню сталого розвитку фермерського господарства «Січ-Агро».

Фермерське господарство «Січ-Агро» спеціалізується на рослинництві, по суті займається вирощуванням різних сільськогосподарських культур. Основні зернові культури, які вирощуються у господарстві, включають

пшеницю, ячмінь та інші в незначній кількості, радше в якості експерименту можливої диверсифікації.

Таблиця 2.5

Структура товарної продукції ФГ «Січ-Агро» в динаміці

Види продукції	2019		2020		2021		2022		2023	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Зернові і зернобобові культури – всього	7038,5	36,6	5710,7	32,0	16359,4	58,9	5604,7	29,4	4124,2	22,6
у т. ч. озима пшениця	6631,9	34,5	5173,5	29,0	15672,6	56,4	5070,3	26,6	3786,3	20,8
ярий ячмінь	406,5	2,1	537,2	3,0	686,8	2,5	534,4	2,8	337,9	1,9
Технічні культури – всього	12135,6	63,1	12058,8	67,5	11283,4	40,6	13351,2	70,1	13983,5	76,7
у т. ч. соняшник	10061,5	52,3	9632,4	53,9	11283,4	40,6	13351,2	70,1	11630,6	63,8
озимий ріпак	2074,2	10,8	2426,4	13,6	–	–	–	–	2352,9	12,9
Разом по рослинництву	19174,1	99,7	17769,5	99,4	27642,7	99,5	18956,0	99,5	18107,7	99,3
Реалізація іншої продукції, робіт, послуг	65,1	0,3	99,2	0,6	143,2	0,5	98,6	0,5	127,3	0,7
Всього	19239,2	100,0	17868,7	100,0	27785,9	100,0	19054,6	100,0	18235,0	100,0

Детально проаналізувавши дані наведені в таблиці, можемо зробити висновки, що питома вага зернових і зернобобових культур у структурі товарної продукції значно варіювала протягом аналізованого періоду, з найбільшим значенням у 2021 році (58,9%) і зменшенням до 22,6% у 2023 році. Озима пшениця є основною зерновою культурою, але її частка значно зменшилася з 56,4% у 2021 році до 20,8% у 2023 році. Частка ярого ячменю залишалася відносно стабільною, але зменшилася до 1,9% у 2023 році. Частка технічних культур значно збільшилася до 76,7% у 2023 році, що вказує на зростаючу важливість цієї категорії продукції. Соняшник є основною технічною культурою з високою часткою у структурі продукції, яка досягла піку в 2022 році (70,1%) і залишилася значною у 2023 році (63,8%). Озимий ріпак не був вирощуваний у 2021 та 2022 роках, але знову з'явився у структурі продукції у 2023 році з часткою 12,9%.

Загальна частка рослинництва в структурі продукції залишалася дуже високою, стабільно перевищуючи 99%. Частка іншої продукції, робіт і послуг залишалася низькою, але трохи зросла до 0,7% у 2023 році.

Частка зернових і зернобобових культур значно зменшилася з 2019 по 2023 роки, тоді як частка технічних культур, особливо соняшника, значно

зросла, це спричинено змінами ситуації на ринку. Рослинництво залишається основною спеціалізацією господарства, стабільно перевищуючи 99% у загальному обсязі продукції. Соняшник є головною культурою серед технічних культур, з часткою, яка досягла 63,8% у 2023 році. Озимий ріпак знову з'явився у структурі продукції у 2023 році після двох років відсутності, що спричинено певним зростанням попиту на дану культуру, її експортні перспективи і зміною стратегії вирощування культур.

Загалом, фермерське господарство «Січ-Агро» демонструє гнучкість у структурі товарної продукції, адаптуючись до ринкових умов і збільшуючи частку технічних культур, що дозволило зберегти стабільність доходів.

Виробнича діяльність фермерського господарства «Січ-Агро» зосереджена на високоякісному вирощуванні зернових культур. Спеціалізація на вирощуванні пшениці, ячменю та інших культур дозволяє господарству залишатися конкурентоспроможним на ринку та забезпечувати стабільний дохід. Сучасні технології та техніка, які використовуються у виробничому процесі, сприяють підвищенню врожайності та якості продукції, що є ключовим фактором успіху фермерського господарства «Січ-Агро».

Структура товарної продукції не повною мірою відображує стан виробництва. Значна частина зернових культур використовується на розрахунок орендодавцями земельних паїв. До того ж варто відзначити, що в останні два роки, ціна на зернові значно знизилась, а в структурі товарної продукції враховані саме ціни реалізації а не обсяги виробництва. Коли розглядати структуру виробництва, то частка зернових культур, знизилась не так суттєво.

В той же час ринкова ситуація не сприяла підтриманню високої кількості виробництва зернових культур, оскільки внутрішній ринок перенасичений, а можливості експорту не завжди виправдовують сподівання виробників.

Звернемо увагу на урожайність при вирощуванні сільськогосподарських культур як важливий показник ефективності виробництва.

Урожайність сільськогосподарських культур є ключовим показником, що визначає ефективність виробництва в аграрному секторі. Висока врожайність свідчить про успішне застосування агротехнологій, ефективне використання ресурсів і сприятливі природно-кліматичні умови. Для фермерського господарства «Січ-Агро» аналіз врожайності є важливим інструментом для оцінки результативності своєї діяльності.

Висока врожайність свідчить про раціональне використання земельних, трудових і матеріально-технічних ресурсів. Це включає оптимальне внесення добрив, своєчасне проведення агротехнічних заходів і використання високопродуктивних сортів культур.

Урожайність безпосередньо впливає на обсяги виробництва, що, в свою чергу, визначає рівень доходів господарства. Висока врожайність дозволяє отримати більший прибуток, що сприяє фінансовій стабільності та можливості для подальшого розвитку.

Господарства з високою врожайністю можуть пропонувати продукцію за конкурентними цінами, що підвищує їхню привабливість на ринку. Це дозволяє розширювати ринки збуту та забезпечувати стабільний попит на продукцію.

Висока врожайність сприяє підвищенню економічної ефективності виробництва. Це означає зменшення витрат на одиницю продукції та підвищення рентабельності. Урожайність є важливим індикатором успішності агротехнологічних інновацій. Підвищення врожайності сприяє сталому розвитку господарства, дозволяючи ефективно використовувати ресурси та зберігати екологічну рівновагу. Це включає впровадження методів точного землеробства, зменшення втрат врожаю та оптимізацію сільськогосподарських процесів.

Урожайність сільськогосподарських культур є критично важливим показником ефективності виробництва у фермерському господарстві «Січ-Агро». Аналіз даних за 2019-2023 роки показує значні коливання врожайності, що пов'язане з різними факторами, включаючи погодні умови, технології вирощування та управління ресурсами.

Проведемо більш детальний аналіз врожайності зернових культур в динаміці (рис. 2.1).

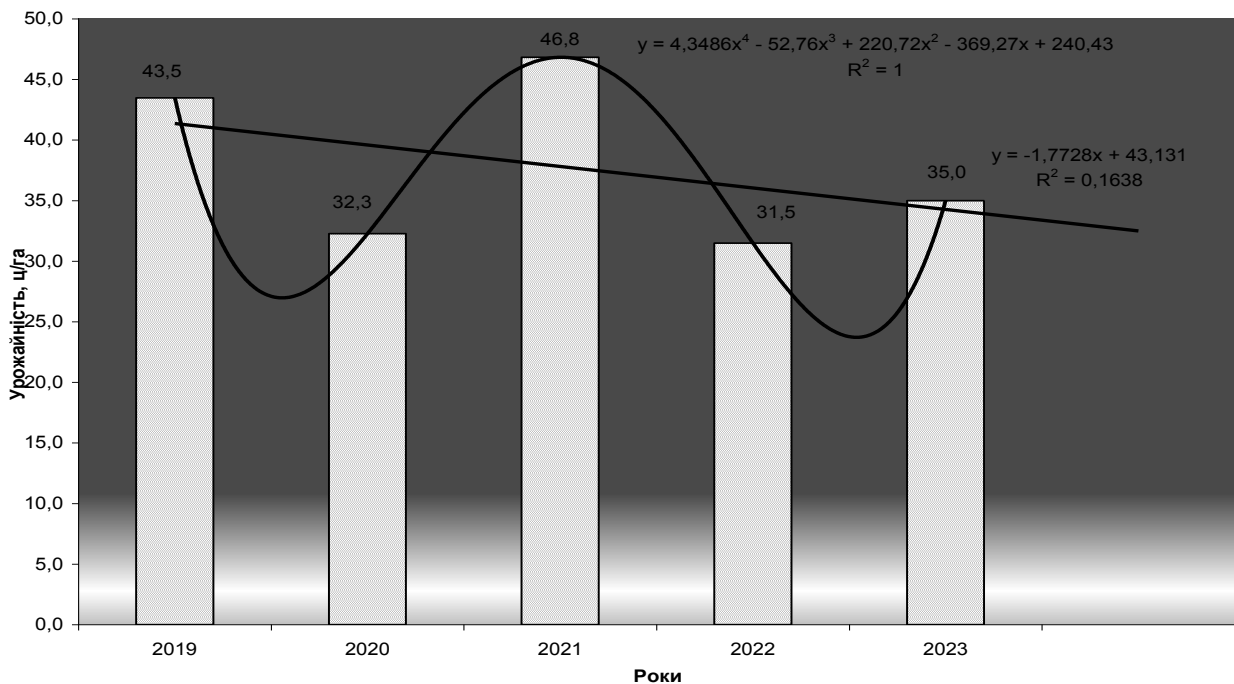


Рис. 2.1. Урожайність зернових культур у ФГ «Січ-Агро» в динаміці

На графіку представлена врожайність сільськогосподарських культур у фермерському господарстві «Січ-Агро» за період з 2019 по 2023 роки.

Врожайність коливалася протягом аналізованого періоду, з найбільшим значенням у 2021 році (46,8) та найменшим у 2022 році (31,5). Це свідчить про нестабільність у виробництві, через різні фактори, такі як погодні умови, технології вирощування та інші зовнішні впливи.

Лінійна модель показує зниження врожайності з часом, хоча коефіцієнт детермінації низький, що вказує на те, що лінійна модель не є найбільш адекватною для опису динаміки врожайності.

Поліноміальна модель краще відображає коливання врожайності, показуючи більш складну динаміку з підйомами та спадами, що відповідає реальним даним.

Значні коливання врожайності свідчать про потребу в стабілізації та підвищенні ефективності виробничих процесів. Це може включати

впровадження новітніх агротехнологій, покращення управління ресурсами, оптимізацію посівних площ та підвищення стійкості до погодних умов.

Подальший аналіз необхідний для виявлення конкретних причин коливань врожайності та розробки стратегій для їх мінімізації. Це може включати дослідження впливу різних факторів, таких як добрива, захист рослин, якість насіння та інші агротехнічні заходи.

Використання поліноміальних моделей для прогнозування врожайності може бути корисним для планування виробництва. Це дозволить господарству більш ефективно планувати свої ресурси та знижувати ризики, пов'язані з коливаннями врожайності.

Підвищення врожайності є стратегічним завданням, яке сприяє фінансовій стабільності, конкурентоспроможності та сталому розвитку господарства. Для досягнення стабільно високих показників врожайності необхідно продовжувати інвестувати в сучасні агротехнології, ефективно управління ресурсами та впровадження інноваційних методів вирощування культур.

Від рівня урожайності напряму залежить валове виробництво (рис.2.2).

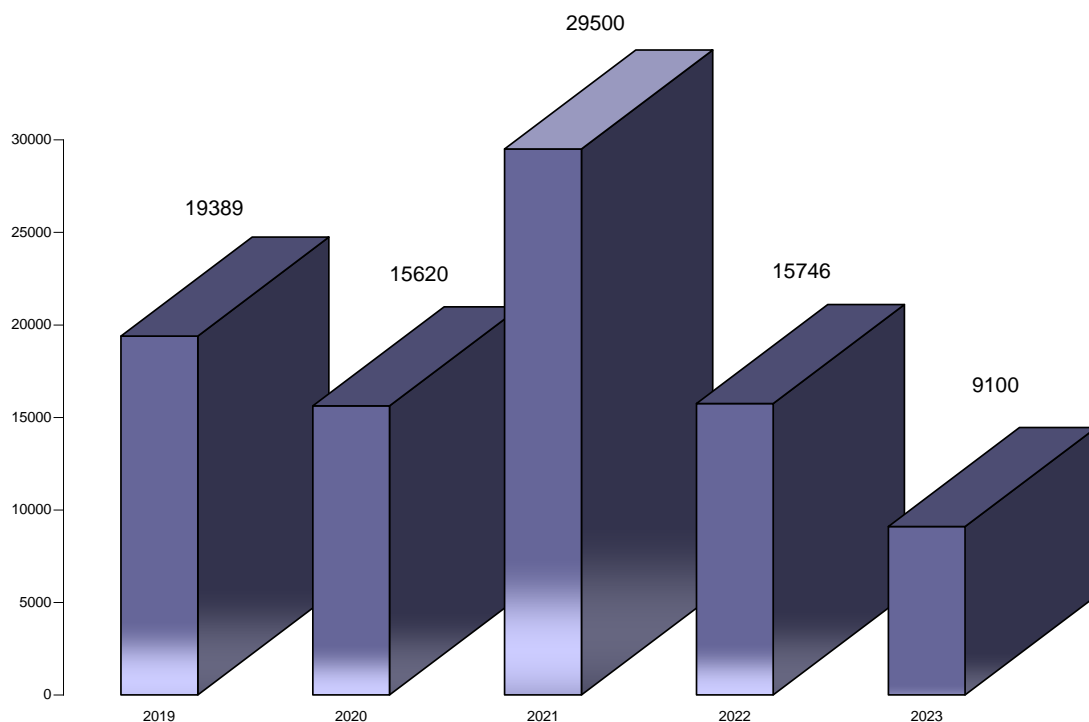


Рис. 2.2. Виробництво зернових у ФГ «Січ-Агро»

На графіку представлені дані врожайності або інші показники фермерського господарства «Січ-Агро» за період з 2019 по 2023 роки. У 2021 році значення досягає піку на рівні 29500, що значно перевищує інші роки. Це вказує на особливо сприятливі умови в цей рік, ефективне впровадження технологій або інші позитивні фактори. Протягом аналізованого періоду спостерігаються значні коливання показників. Після піку в 2021 році значення знижується до 15746 у 2022 році і ще більше до 9100 у 2023 році. Такі коливання викликані різними факторами, включаючи управлінські рішення щодо зменшення площі посіву, погодні умови, ринкові зміни та інші зовнішні впливи.

Загалом, графік показує, що фермерському господарству «Січ-Агро» необхідно працювати над стабілізацією та підвищенням ефективності своїх показників, зокрема врожайності, для забезпечення стабільного розвитку в майбутньому.

Основним фактором обсягів виробництва є площі посіву під культурами. Так як в останні роки результативний показник, рівень рентабельності виробництва був не на користь зернових культур (рис. 2.3) то менеджерами були прийняті рішення про зменшення їх площ.

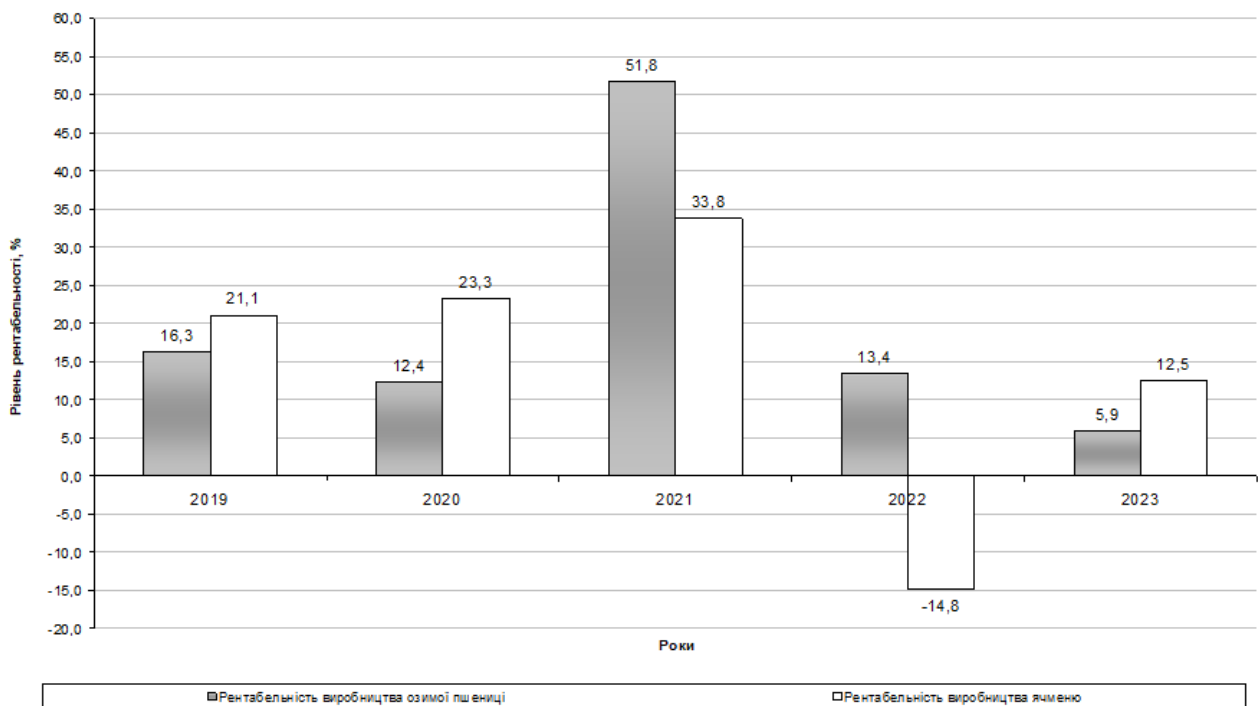


Рис. 2.3. Рівень рентабельності виробництва зернових у ФГ «Січ-Агро»

На графіку представлені дані щодо рентабельності виробництва озимої пшениці і ярого ячменю фермерським господарством «Січ-Агро» за період з 2019 по 2023 роки. Протягом аналізованого періоду рентабельність озимої пшениці коливалася, досягнувши піку у 2021 році (33.8%). Найнижча рентабельність спостерігалася у 2020 році (12.4%) та знову дещо зросла до 12.5% у 2023 році. Рентабельність ярого ячменю також варіювала протягом періоду. Пік рентабельності припав на 2021 рік (51.8%), тоді як найнижчий показник був у 2022 році (-14.8%). У 2023 році рентабельність іншої продукції частково відновилася до 5.9%, але залишається значно нижчою порівняно з пшеницею.

Необхідно провести детальний аналіз причин коливань рентабельності, зокрема значного падіння у 2022 році. Розглянути можливість оптимізації управлінських рішень, особливо щодо ячменю, для підвищення її рентабельності. Це може включати перегляд стратегії виробництва, маркетингу та продажу.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ ГОСПОДАРСТВА

3.1. Удосконалення планування конкурентного розвитку на основі аналізу товарної номенклатури

Перспективний аналіз товарної номенклатури ФГ «Січ-Агро» можемо провести з використанням одного із методів портфельного аналізу – матриці запропонованої Бостонською консультативною групою.

Методика Бостонської консультативної групи/Бостон консалтинг груп (BCG Matrix або матриця БКГ/BCG) є популярним інструментом стратегічного менеджменту, що допомагає організаціям аналізувати свої продукти або бізнес-одиниці для прийняття рішень щодо розподілу ресурсів. Дана методика якнайкраще підходить для нашого фермерського господарства, сокільки в нинішніх умовах склалася дійсно складна ситуація по можливостям залучення і використання необхідних виробничих ресурсів. Матриця БКГ/BCG дозволяє класифікувати продукти або бізнес-одиниці на основі їхньої ринкової частки та темпів зростання ринку. Ця методика допомагає визначити, які продукти або бізнеси варто розвивати, підтримувати або зменшувати інвестиції в них.

Для аналізу товарного портфелю основних видів продукції ФГ «Січ-Агро» були досліджені дані конкурентів господарства на місцевому ринку Синельниківського району та села Романки зокрема. Це такі виробники: ТОВ АФ «Славутич», СТОВ «Родина» та ТОВ «Колос». При всіх існуючих підходах до планування матриця Бостон консалтинг груп дозволяє класифікувати кожен товар по його частці на ринку щодо конкурента і темпу зростання галузі.

Компоненти матриці БКГ/BCG

Матриця БКГ/BCG поділяється на чотири квадранти, кожен з яких представляє певний тип продуктів або бізнес-одиниць:

1. "Зірки" (Stars):

- для товарів цього сектору характерні – високі темпи зростання ринку

та висока ринкова частка.

- пропоновані дії щодо перспективного планування виробництва даного товару – інвестувати в подальший розвиток. Ці продукти мають потенціал стати основними джерелами доходу в майбутньому.

2. "Дійні корови" (Cash Cows):

- для товарів цього сектору характерні – низькі темпи зростання ринку, але висока ринкова частка.

- пропоновані дії щодо перспективного планування виробництва даного товару – максимізувати прибуток і зберігати позицію на ринку. Ці продукти приносять стабільний дохід, який можна використовувати для інвестування в інші сегменти.

3. "Знаки/питання" (Question Marks):

- для товарів цього сектору характерні – високі темпи зростання ринку, але низька ринкова частка.

- пропоновані дії щодо перспективного планування виробництва даного товару – ретельно аналізувати та вирішувати, чи варто інвестувати для збільшення ринкової частки, або зменшити інвестиції і відмовитися від продукту.

4. "Собаки" (Dogs):

- для товарів цього сектору характерні – низькі темпи зростання ринку та низька ринкова частка.

- пропоновані дії щодо перспективного планування виробництва даного товару – мінімізувати інвестиції або вивести продукт з ринку. Ці продукти приносять мінімальний прибуток або збитки.

Використання матриці БКГ/BCG

1. Аналіз поточного портфеля продуктів. Класифікація всіх продуктів або бізнес-одиниць компанії за допомогою матриці БКГ/BCG допомагає зрозуміти, які з них мають високий потенціал зростання, а які можуть стати джерелом стабільного доходу.

2. Прийняття стратегічних рішень. Визначення стратегії для кожного квадранта дозволяє компанії ефективно розподіляти ресурси та фокусуватися

на найперспективніших продуктах або бізнес-одиницях.

3. Оцінка інвестиційних можливостей. Аналіз потенціалу продуктів або бізнес-одиниць у категорії "Знаки/питання" дозволяє оцінити доцільність інвестицій для збільшення ринкової частки або відмови від продукту.

4. Оптимізація ресурсів. Використання прибутку від "Дійних корів" для фінансування "Зірок" і перспективних "Знаків питання" дозволяє оптимально використовувати фінансові ресурси компанії.

В даному дослідженні використаємо таку методологія побудови матриці БКГ/BCG:

1. Визначення діапазону зміни відносної частки ринку. Відносна частка ринку для кожного продукту обчислюється шляхом поділу середньорічної простої ринкової частки підприємства на середньорічну просту ринкову частку основного конкурента для відповідного продукту. Межі діапазону визначаються шляхом округлення найбільшого значення до більшого числа, а найменшого – до меншого числа до десятих. Дані розташовуються на горизонтальній осі.

2. Визначення діапазону зміни зростання ринку продукції. Для цього обчислюються ланцюгові темпи зростання обсягів за відповідний період, після чого визначається середній темп зростання ринку для кожного виду продукції. Межі діапазону визначаються шляхом округлення найбільшого значення до більшого числа, а найменшого – до меншого числа до цілих.

3. Розрахунок середнього темпу зростання і відносної частки ринку. За допомогою простої середньої арифметичної обчислюються середні темпи зростання або зниження обсягів продукції, а також середня відносна частка ринку для всіх товарів.

4. Побудова матриці. Через знайдені точки проводяться горизонтальна та вертикальна прямі, розділяючи поле матриці на чотири сектора, кожен з яких характеризує товари, що знаходяться в ньому. Координатами для позначення продукції на полі матриці є значення, отримані в пунктах 1 і 2.

5. Визначення маркетингової стратегії. На основі отриманих результатів визначається маркетингова стратегія розвитку товарів.

Ця методологія допомагає аналізувати продукцію та розробляти ефективні маркетингові стратегії для різних продуктів, орієнтуючись на їхні ринкові показники та потенціал зростання.

Для того щоб розглянути матрицю БКГ/BCG на прикладі ФГ «Січ-Агро», необхідно розрахувати :

- середньорічний темп зростання ринку (озимої пшениці, ярого ячменю, соняшнику);
- середньорічну частку ринку яку займає ФГ «Січ-Агро»;
- середньорічну частку ринку основних конкурентів;
- відносну частку ринку.

Таблиця 3.1

Середньорічний темп зростання ринку

Продукція	2022 до 2021 %	2023 до 2022 %	В середньому %
Озима пшениця	0,9	1,2	1,05
Ярий ячмінь	0,8	1,0	0,9
Соняшник	1,1	1,1	1,1

Для озимої пшениці спостерігалася нестабільність обсягів виробництва. У 2022 році обсяги знизилися на 10% порівняно з 2021 роком, але у 2023 році вони зросли на 20% порівняно з 2022 роком. Середній темп зростання за два роки склав 0,05%, що свідчить про загальну позитивну динаміку, незважаючи на коливання.

Ярий ячмінь демонстрував зниження обсягів ємності ринку у 2022 році порівняно з 2021 роком, і залишився на тому ж рівні у 2023 році порівняно з 2022 роком. Середній темп зростання за два роки склав – 0,1%, що свідчить про загальну тенденцію до зниження виробництва.

Соняшник демонстрував стабільне зростання обсягів виробництва у кожному з аналізованих років (2022 і 2023). Середній темп зростання склав 0,2%, що вказує на впевнену позитивну динаміку та потенціал для подальшого

розвитку цієї культури.

Таким чином, аналіз зміни обсягів ємності ринку дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо стратегії розвитку різних культур у фермерському господарстві.

Відповідно до запропонованої методики знаходимо середню частку ринку продукції ФГ «Січ-Агро» та його основних конкурентів.

Основними конкурентами виробництва сільськогосподарської продукції в районі є: ТОВ АФ «Славутич» – озима пшениця; СТОВ «Родина» – ярий ячмінь; та ТОВ «Колос» – соняшник.

Спершу розрахуємо частку ринку підприємства. Для цього оберемо 3 культури які мають найбільшу частку в структурі реалізації валової продукції підприємством: озима пшениця, ярий ячмінь і соняшник. Розрахунки наведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Середньорічна частка ринку ФГ «Січ-Агро», %

Продукція	2021	2022	2023	В середньому
Озима пшениця	10,1	6,3	8,7	8,4
Ярий ячмінь	4,8	7,2	7,6	6,5
Соняшник	15,1	11,8	13,2	13,4

Аналізуючи таблицю можна сказати що найбільшу частку ринку займає головна спеціалізація підприємства – соняшник (13,4 %), а найменшу – ярий ячмінь (6,5 %).

Нашими основними конкурентами являються різні підприємства району. ТОВ АФ «Славутич» має великі площі землі і за рахунок цього збирає великі урожаї пшениці, СТОВ «Родина» - основний конкурент по виробництву ярого ячменю та ТОВ «Колос» – соняшник.

Далі розраховуємо частку ринку основних конкурентів (табл. 3.3)

Таблиця 3.3

Середньорічна частка ринку основних конкурентів, %

Продукція	2021	2022	2023	В середньому
ТОВ АФ «Славутич» Озима пшениця	16,8	12,3	13,4	14,2
СТОВ «Родина» Ярий ячмінь	8,6	11,4	13,8	11,3
ТОВ «Колос» Соняшник	5,1	1,8	3,2	3,4

У відповідності з методикою визначається відносна частка ринку шляхом ділення середньорічної простої частки ринку ФГ «Січ-Агро» на середньорічну просту частку ринку основного конкурента за видами основної продукції (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок відносної частки ринку ФГ «Січ-Агро»

Вид продукції	Середньорічна проста частка ринку, %		Відносна частка ринку
	ФГ «Січ-Агро»	Основний конкурент	
1. Осима пшениця	8,4	14,2	0,59
2. Ярий ячмінь	6,5	11,3	0,58
3. Соняшник	13,4	3,4	3,94

Таким чином, для визначення діапазону зміни відносної частки ринку, найбільше значення округлюється в бік збільшення, а найменше - в бік зменшення до десятих. Отже, межі діапазону будуть від 0,58 до 3,94

Ці дані необхідно позначити на горизонтальній осі.

Далі визначаємо методом простої середньої арифметичної точки А і В, через які пройдуть прямі поділу поля матриці БКГ/BCG.

$$A = (0,59+0,58+3,94) / 3 = 1,70$$

$$B = (1,05+0,9+1,1) / 3 = 1,02$$

Осі поля матриці позначимо наступним чином:

на осі Х– відносна частка ринку,

на осі Y – темп зростання ринку.

Маючи інформацію про межі діапазонів осей та точки, через які пройдуть прямі поділу поля будуємо матрицю (рис. 3.1).

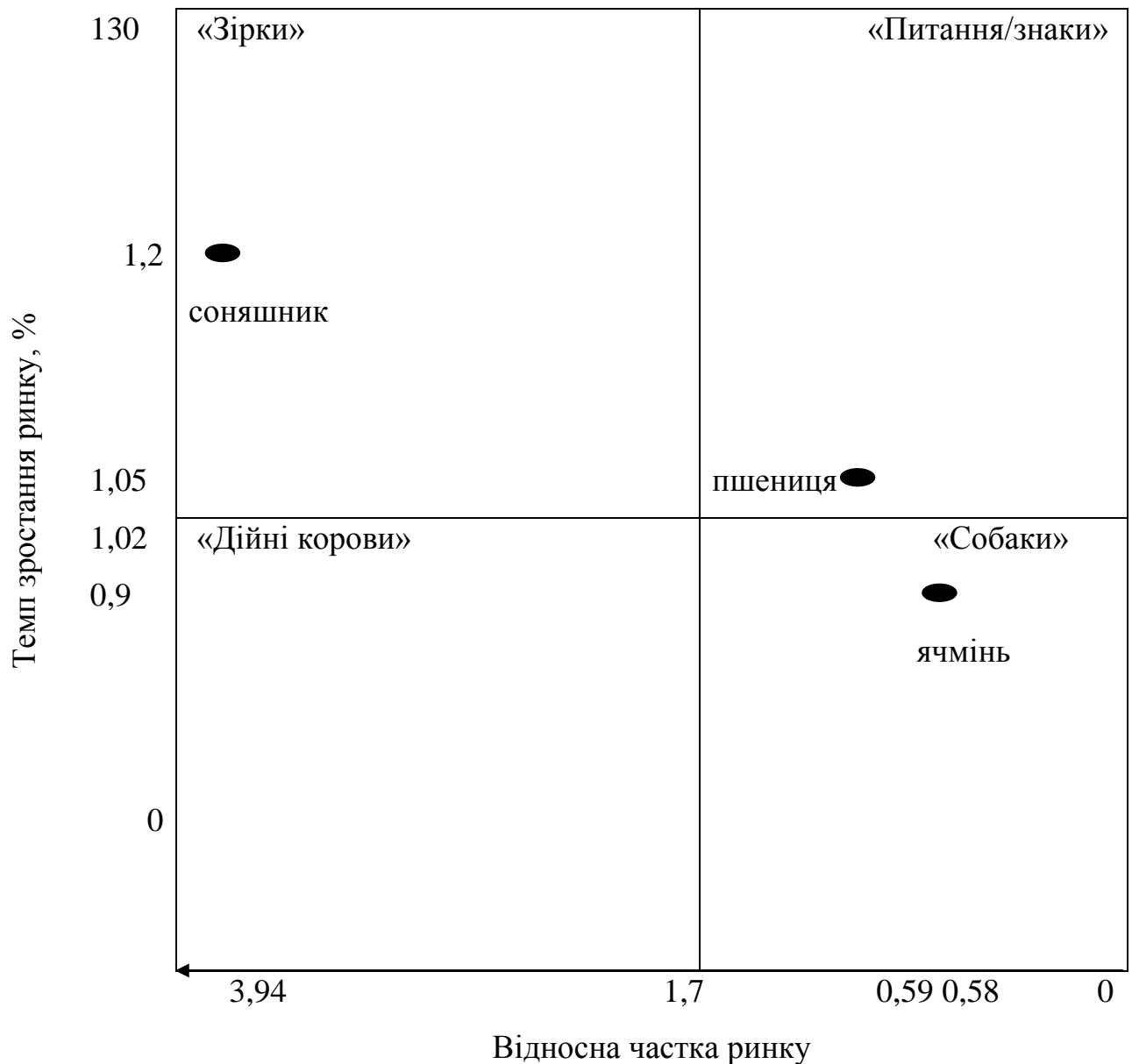


Рис. 3.1 Схема матриці БКГ/BCG відносно аналізу товарної продукції ФГ «Січ-Агро»

В результаті розміщення товарів в полі матриці, отримуємо наступні результати:

1. Озима пшениця потрапила в сектор «Питання/знаки». Цей продукт характеризується швидким зростанням ринку, але має невелику відносну ринкову частку. В цілому, ці товари приносять або незначний прибуток, або збитки фермерському господарству «Січ-Агро», але вони мають потенціал для зростання ринкової частки в майбутньому.

Для цієї продукції буде ефективною стратегія збільшення частки ринку за допомогою інтенсивного маркетингу та перерозподілу фінансових ресурсів на підтримку розширення збуту.

2. Ярий ячмінь потрапив у сектор «Собаки». Цей сектор характеризується стабільністю ринку, відсутністю перспектив для розвитку, відсутністю прибутків та низькою конкурентоспроможністю. Для цієї продукції доцільною стратегією є згортання ділової активності, вихід з ринку та перенаправлення вивільнених коштів на підтримку інших товарів компанії.

3. Соняшник потрапив у сектор «Зірки». Цей продукт приносить значні прибутки для ФГ «Січ-Агро», має високу відносну частку ринку і потенціал для подальшого зростання. Найбільш ефективною маркетинговою стратегією для цієї продукції буде інвестування в подальший розвиток, оскільки ці товари можуть стати основними джерелами доходу в майбутньому.

Матриця БКГ/BCG є ефективним інструментом для стратегічного планування, що дозволяє компаніям аналізувати свій продуктовий портфель і приймати обґрунтовані рішення щодо інвестицій та управління ресурсами. Використання цієї методики допомагає компаніям підтримувати стабільний розвиток та зростання на ринку, адаптуючи стратегії під специфічні потреби та умови ринку.

3.2. Підвищення рентабельності для посилення конкурентних позицій

Найбільш очевидним шляхом посилення конкурентних позицій є підвищення прибутковості і рентабельності виробничої діяльності. Підвищення рентабельності виробництва є критично важливим завданням для будь-якого підприємства і фермерського господарства зокрема. Існує багато способів

досягнення цієї мети, які включають оптимізацію виробничих процесів, впровадження нових технологій, ефективне управління ресурсами та розвиток ринкової стратегії. Розглянемо основні способи підвищення рентабельності виробництва.

1. Оптимізація виробничих процесів

- проведення регулярного аналізу всіх витрат і доходів для виявлення можливостей зниження витрат та підвищення доходів;
- виявлення та усунення втрат, пов'язаних із недоліками у виробничих процесах, такими як втрати врожаю через неправильне зберігання або транспортування;
- впровадження сучасних систем планування та управління для оптимізації використання ресурсів та часу.

2. Впровадження нових технологій

- використання автоматизованих систем для підвищення точності та швидкості виконання виробничих операцій;
- впровадження новітніх методів вирощування культур, таких як точне землеробство, що дозволяє максимально ефективно використовувати ресурси;
- використання теплиць та інших захищених методів землеробства для забезпечення стабільного врожаю незалежно від погодних умов.

3. Ефективне управління ресурсами

- використання добрив і пестицидів на основі точних даних про потреби рослин, що дозволяє знизити витрати та підвищити врожайність;
- впровадження систем зрошення, що дозволяють економити воду та забезпечувати рослини необхідною кількістю вологи;
- навчання та підвищення кваліфікації працівників для забезпечення їх ефективної роботи.

4. Розвиток ринкової стратегії

- розширення асортименту продукції для зниження ризиків, пов'язаних зі змінами попиту на окремі види продукції;
- використання сучасних методів маркетингу та просування для збільшення обсягів продажів і підвищення впізнаваності продукції;

- розширення мережі дистрибуції та вихід на нові ринки збуту для збільшення обсягів продажів.

5. Управління ризиками

- використання страхових продуктів для захисту від ризиків, пов'язаних із погодними умовами та іншими непередбачуваними обставинами;

- включення у виробничий цикл різних видів продукції для зниження ризиків, пов'язаних зі змінами ринкових умов.

6. Підвищення якості продукції

- впровадження систем контролю якості на всіх етапах виробництва для забезпечення високих стандартів продукції;

- отримання сертифікатів якості для підвищення довіри з боку споживачів і можливості виходу на нові ринки.

7. Інвестиції в навчання та розвиток персоналу

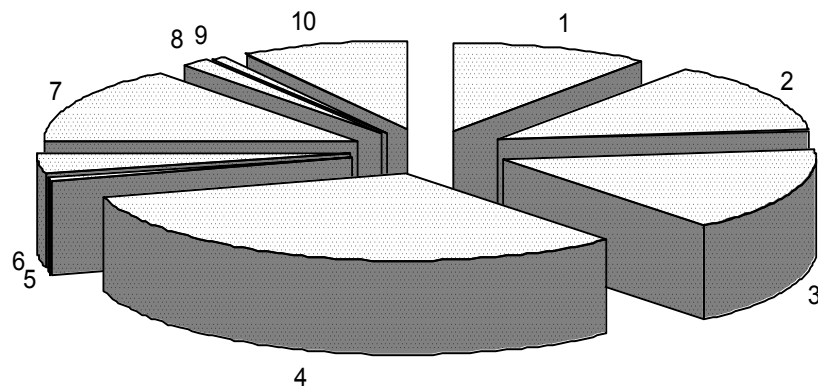
- регулярне навчання та підвищення кваліфікації працівників для забезпечення їх відповідності сучасним вимогам ринку;

- впровадження систем мотивації для підвищення продуктивності праці та залучення висококваліфікованих спеціалістів.

Підвищення рентабельності виробництва вимагає комплексного підходу, який включає оптимізацію виробничих процесів, впровадження нових технологій, ефективне управління ресурсами, розвиток ринкової стратегії, управління ризиками, підвищення якості продукції та інвестиції в навчання персоналу. Використання цих стратегій допоможе фермерському господарству «Січ-Агро» досягти стабільного зростання та підвищення ефективності своєї діяльності.

З перлічених способів, найбільш реалістичним для господарства є зниження собівартості продукції.

Сільськогосподарське виробництво є одним із основних споживачів різноманітних видів сировини. У ФГ «Січ-Агро» раціональне та економне використання матеріальних ресурсів є важливим чинником підвищення ефективності виробництва. Зменшення витрат на матеріальні ресурси знижує собівартість продукції та сприяє зростанню прибутку підприємства (рис. 3.2).



1.	Оплата праці
2.	Посівний матеріал
3.	Мінеральні добрива
4.	Нафтопродукти
5.	Електроенергія
6.	Паливо
7.	Запчастини
8.	Інші витрати
9.	Амортизація
10.	Орендна плата за землю

Рис 3.2. Структура виробничих витрат при виробництві продукції рослинництва

Аналізуючи дані, можна зробити висновок, що найбільша частка витрат у ФГ «Січ-Агро» припадає на нафтопродукти. Витрати на мінеральні добрива та запчастини займають значно меншу частку – приблизно вдвічі меншу порівняно з витратами на нафтопродукти. Наступними за величиною витрат є посівний матеріал та оплата праці.

Ці дані дозволяють зробити висновок, що впливаючи на основні статті витрат, можна знизити загальну собівартість продукції. Наприклад, оптимізація основних операційно-технологічних процесів може суттєво зменшити витрати на нафтопродукти та оплату праці. Оновлення матеріально-технічної бази, включаючи заміну застарілого обладнання та модернізацію техніки, може зменшити витрати на запчастини.

Рациональне використання мінеральних добрив, шляхом застосування сучасних агротехнологій, дозволить підвищити ефективність їхнього використання і, відповідно, зменшити витрати на їх придбання. Впровадження інноваційних методів посіву може скоротити витрати на посівний матеріал без втрати якості врожаю.

Таким чином, детальний аналіз витрат дозволяє виявити ключові статті, які мають найбільший вплив на загальну собівартість продукції. За допомогою оптимізації технологічних процесів, оновлення обладнання та впровадження сучасних агротехнологій, підприємство може значно знизити витрати, підвищити ефективність виробництва та забезпечити стабільне зростання прибутковості.

Крім того, дослідження структури собівартості продукції є важливим аспектом при аналізі витрат. У ринковій економіці, де на ціну продукції впливає ринкова кон'юнктура, підприємство може впливати на прибуток лише через контроль собівартості. Володіючи інформацією про складові витрат, можна детально аналізувати основні фактори впливу, визначати можливі резерви та оцінювати найвищі ризики. Це підтверджують дані про структуру виробничих витрат підприємства.

Зниження собівартості є важливим стратегічним кроком для підвищення конкурентоспроможності та привабливості підприємства на ринку. Цей процес передбачає скорочення витрат на виробництво товарів або надання послуг, що дозволяє збільшити прибуток і підвищити ефективність діяльності. Зменшення собівартості має кілька основних переваг і може привести до різних позитивних наслідків для підприємства.

По-перше, зниження собівартості означає, що підприємство витрачає менше коштів на виробництво кожної одиниці продукції або послуги. Це особливо важливо в умовах високої конкуренції, коли ціна реалізації встановлюється на рівні, що забезпечує рівновагу між попитом і пропозицією. Це може сприяти збільшенню прибутку від продажів, що є ключовим показником фінансової успішності. Оскільки підприємство не може безпечно підвищувати ціни, щоб не втратити клієнтів, зниження собівартості стає

ефективним способом збільшення різниці між ціною продажу і собівартістю, тим самим підвищуючи прибуток.

Зменшення собівартості створює умови для підвищення конкурентної привабливості. Зниження витрат дозволяє підприємству зменшувати ціни на товари або послуги без втрати прибутку на одиницю продукції, що робить його продукцію більш конкурентною на ринку. Це також відкриває можливості для впровадження гнучкої цінової політики, надання знижок і інших стимулів для споживачів. Покупці завжди шукають вигідні умови, тому зниження цін або підвищення якості продукції через оптимізацію виробничих процесів може залучити більше клієнтів. Зниження цін завдяки зменшенню собівартості може збільшити обсяги продажів і розширити ринкову частку підприємства.

Крім того, зниження собівартості може звільнити фінансові ресурси, які можна вкласти у дослідження та розробку нових технологій, що сприятиме інноваціям і довгостроковій конкурентоспроможності. Таким чином, зменшення собівартості допомагає створити ефективну, конкурентоспроможну та стійку бізнес-модель.

Взявши до уваги пропозиції розділу 3.1 у перспективі необхідно замінювати збиткові товари на більш прибуткові.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті досліджень, проведених в кваліфікаційній роботі можемо зробити наступні висновки:

1. Проблематика забезпечення конкурентного розвитку підприємств є надзвичайно актуальною та складною. Це питання потребує подальшого дослідження і розробки, зважаючи на вже існуючі теоретичні напрацювання. Конкурентний розвиток підприємств охоплює багато аспектів, включаючи ефективне використання ресурсів, інноваційні підходи до управління, адаптацію до змін на ринку та впровадження сучасних технологій. Для того щоб підприємства могли зберігати свою конкурентоспроможність на ринку, необхідно систематично вдосконалювати методи управління та стратегічного планування.

2. Зважаючи на сучасні виклики, що постають перед бізнесом, необхідність вивчення проблематики конкурентного розвитку підприємств стає все більш очевидною. Це включає в себе не лише економічні аспекти, але й соціальні, екологічні та технологічні. Тому інтеграція знань з різних наукових галузей є ключовим елементом для створення комплексних і ефективних стратегій розвитку. Забезпечення конкурентного розвитку підприємств вимагає систематичних і всебічних досліджень, які сприятимуть формуванню нових наукових знань та практичних інструментів, здатних підтримувати стабільний і стійкий розвиток бізнесу.

3. Базою дослідження є фермерське господарство «Січ-Агро». За період з 2019 до 2023 року земельний фонд фермерського господарства «Січ-Агро» збільшився на 8,8 га, що є позитивним показником для господарства. Це свідчить про розширення виробничих можливостей господарства та його стійке зростання. Площа сільськогосподарських угідь та ріллі залишалася стабільною до 2022 року, після чого зросла на 0,7%. Це вказує на збалансоване використання земельних ресурсів і поступове розширення посівних площ. Найбільш значущим змінам піддалася землеозброєність, яка зросла на 67,6% за аналізований період. Це відбулося за рахунок зменшення кількості працівників.

4. Середньорічна вартість основних виробничих засобів зросла на 40.4% за період 2019-2023 років. Це вказує на значні інвестиції у виробничі активи, що включає оновлення та розширення технічної бази господарства. Фондозабезпеченість збільшилась на 39.6% за період 2019-2023 років, що свідчить про поліпшення забезпеченості підприємства основними засобами виробництва. Фондоозброєність зросла на 134.1% за період 2019-2023 років, що вказує на значне збільшення вартості основних виробничих засобів у розрахунку на одного працівника. Фондовіддача знизилася на 36.1% за період 2019-2023 років.

5. Продуктивність праці зросла на 41.65% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що вказує на підвищення ефективності роботи працівників. Прибуток від діяльності знизився на 23.67% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що може свідчити про зниження рентабельності або зростання витрат. Прибуток на 1 га сільськогосподарських угідь знизився на 23.70% у 2023 році порівняно з 2019 роком. Прибуток на одного працівника зріс на 27.24% у 2023 році порівняно з 2019 роком, що спричинено зменшенням кількості працівників значно швидшими темпами, ніж зменшення прибутку в господарстві. Рівень рентабельності знизився на 7.40 відсоткових пункти у 2023 році порівняно з 2019 роком.

6. Врожайність коливалася протягом аналізованого періоду, з найбільшим значенням у 2021 році (46,8) та найменшим у 2022 році (31,5). Це свідчить про нестабільність у виробництві, через різні фактори, такі як погодні умови, технології вирощування та інші зовнішні впливи.

На основі висновків до проведених досліджень, за матеріалами ФГ «Січ-Агро» сформульовані пропозиції:

1. В результаті аналізу товарної номенклатури ФГ «Січ-Агро» пропонуються наступні перспективні плани щодо їх виробництва:

- озима пшениця – буде ефективною стратегія збільшення частки ринку за допомогою інтенсивного маркетингу та перерозподілу фінансових ресурсів на підтримку розширення збуту;

- соняшник – буде інвестування в подальший розвиток, оскільки ці

товари можуть стати основними джерелами доходу в майбутньому;

- ярий ячмінь – доцільною стратегією є згортання ділової активності, вихід з ринку та перенаправлення вивільнених коштів на підтримку інших товарів господарства.

2. Зниження собівартості значно підвищує конкурентну привабливість підприємства. Скорочення витрат дозволяє компанії знижувати ціни на свої товари або послуги без зменшення прибутку на одиницю продукції, що робить її позицію більш конкурентоспроможною на ринку. Це також відкриває можливості для впровадження гнучкої цінової політики, введення системи знижок та стимулів для споживачів. Зменшення собівартості підприємства може бути досягнуто за рахунок зниження витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурачек І.В., Біленчук О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf> (дата звернення: 03.12.2023).
2. Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія: ВД „ІН- ЖЕК”, 2008. 512 с.
3. Галушко В.П., Штрюбель Г. Виробнича економіка: навчальний посібник. Вінниця: Нова книга, 2005. 400 с.
4. Данькевич О. Г. Механізм забезпечення конкурентоспроможності. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2012. № 44. С. 166-173.
5. Дікарев О. А. Стратегічне управління інтеграційними процесами в агропродовольчому комплексі України. *Економіка АПК*. 2015. № 6 С. 87
6. Дмитренко Н.М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК: Автореф. дис. канд. екон. наук. Дніпропетровськ: ДДАУ, 2008. С.6.
7. Дмитрієв І.А., Кирчата І.М., Шершенюк О.М. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник Хазків.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
8. Жовновач Р.І. Забезпечення конкурентного розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування на основі управління конкурентоспроможністю продукції. *Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*, 2015. – Вип. 2 (12). – Т. 2. – С.168-177 [Електронний ресурс]: Режим доступу – <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/76087/71641>.
9. Зайцева Л. О. Аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства *Економічний аналіз*. 2013. Т. 14(3). С. 12- 17

10. Заріцька Н. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647>
11. Іванова О. А. Менеджмент конкурентоспроможністю підприємства. *Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси*. 2012 р., № 3 С. 176-180
12. Іванова Ю.Б., Тищенко О.М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства. Монографія Харків ИНЖЭК, 2006. 384 с.
13. Іванюта В.Ф. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентоспроможності *Агроінком* 2008 № 1-2. С. 97-101.
14. Кадирус І.Г., Донських А.С., Левковська К.І. Формування маркетингових стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Економічна наука*. 2018. №22. С. 85-89.
15. Клименко С. М. О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Вакуленко *Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник*. Київ КНЕУ, 2006. 527 с.
16. Кобиляцький Л. С. *Управління конкурентоспроможністю: Навчальний посібник* Київ: Зовнішня торгівля, 2003. 304 с
17. Котельніков Д.І., Задорожна С.М. *Управління конкурентоспроможністю. Навчальний посібник для ВНЗ (рек. МОН України) Київ Слово* 2004 168 с.
18. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. *Менеджмент: навчальний посібник*. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с
19. Лівощко Т. В. Забезпечення ефективного управління енергоресурсами на промислових підприємствах. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9880> (дата звернення: 04.12.2023).
20. Луцяк В.В., Пронько Л.М., Мазур К.В., Колесник Т.В. *Маркетинговий потенціал інновацій у олійно-жировому підкомплексі: стан ринку, створення вартості, конкурентоспроможність: монографія*. Вінниця: ВНАУ, 2020. 221 с.
21. Малік М.Й. *Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія* Київ: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270с.
22. Мандич О.В. *Стратегії забезпечення конкурентного розвитку підприємств: від моделей теорії до умов практики. Науковий вісник*

Міжнародного гуманітарного університету, 2017 – С.108-111 [Електронний ресурс]: Режим доступу – <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/25.pdf>.

23. Марусяк Н. Л., Шум Ю. О. Оцінка фінансово стану телекомунікаційного підприємства для забезпечення стійкого розвитку в сучасних динамічних конкурентних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9740> (дата звернення: 04.12.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.89

24. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О. Визначення рівня конкурентної переваги машинобудівного підприємства на засадах забезпечення розвитку його економічного потенціалу *Ефективна економіка*. 2014. № 7. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3174>

25. Меліхов А.А. Сутність та необхідність конкурентного розвитку промислових підприємств. *Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*, 2016. – Вип. 14. – С.138-146. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/105677/100932>.

26. Минко Л. М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2015. Т. 21, № 1. С. 86-92.

27. Михальчишин Н.Л. Управління економічним розвитком на конкурентних засадах. *Причорноморські економічні студії*, 2016. – Вип.9-2. – С. 36-40.

28. Михальчишин, Н. Л. Проблеми конкурентного розвитку підприємств та напрями їх вирішення. Житомир: ЖДТУ 2016 . Випуск. 11

29. Непочатенко О.О., Чекалюк С.А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств України *Економіка АПК*. 2015. № 7 С. 41

30. Омеляненко Т. Операційний менеджмент: навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни. КИЇВ: КНЕУ, 2010. 236с.

31. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко.

Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. 352 с

32. Павлюк Т.І. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці *Економіка і суспільство* Випуск # 6 / 2016 С.8-13

33. Пархоменко Л. А., Загороднюк О. В., Малюга Л. М., Фротер О. С. Удосконалення системи прийняття управлінських рішень щодо управління операційними витратами з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10010> (дата звернення: 04.12.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.73

34. Пархоменко Л. А., Малюга Л. М., Фротер О. С., Нижник І. О. Управління витратами як резерв для підвищення ефективності діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9754> (дата звернення: 04.12.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.103

35. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Конкурентоспроможність фірми. Навчально-методичний комплекс для студентів економічних спеціальностей-Київ ЦУЛ 2005 112с.

36. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник: ВД “ІНЖЕК”, 2004. 264 с.

37. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 2009. – 390 с

38. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський : Основи, 1997. 390 с

39. Пронько Л. М., Токар К. С. Маркетингова стратегія у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10164> (дата звернення: 03.12.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.4.73

40. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції Інноваційна економіка : наук.-виробн. журн. 2015. № 4 (59). С. 80-86.
41. Регіональний план управління відходами у Дніпропетровській області до 2030 року. 2020р., URL: https://dniprorada.gov.ua/upload/editor/regionalnij_plan_upravlinnya_vidhodami_u_dnipropetrovskij_oblasti_do_2030_roku-_stisla_versiya.pdf
42. Савчук О. В. Методологічні і практичні аспекти оцінки впливу антикризового менеджменту та карантинних заходів на ефективність діяльності агропромислових підприємств. *Агросвіт*. 2022. № 2. С. 50–56.
43. Сіпайло Л.Г., Сіпайло Н.А. Організаційно-економічні засади лібералізації інноваційного підприємництва: Монографія. Рівне: НУВГП, 2018. 126 с.
44. Сітковська А.О. Формування конкурентних переваг аграрних підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 2. С. 98-100.
45. Соколова Л.В., Верясова Г.М., Соколов О.Є. Досвід оцінювання конкурентоспроможності підприємства: теорія і графічна підтримка *Актуальні проблеми економіки* 2011р., №12(126), С. 289-302
46. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика; Тернопільський економічний ун-т. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570с.
47. Шевченко Т. М., Шевченко О. А. Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8414> (дата звернення: 03.12.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.4
48. Шкільняк М.М, Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017. 252 с