

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

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

Завідувач кафедри,
д.е.н., проф.

_____ Ігор ВІНІЧЕНКО
« ____ » _____ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЇЇ
ПІДВИЩЕННЯ**

Освітньо-професійна програма «Економіка»
Спеціальність 051 «Економіка»
Ступінь вищої освіти: Магістр

Здобувачка

Лілія ГЕЗЬ

Науковий керівник,
к.е.н., доцент

Алла СІТКОВСЬКА

Дніпро – 2023

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: Менеджменту і маркетингу
Кафедра: Економіки
Освітньо-професійна програма: «Економіка»
Спеціальність: 051 «Економіка»
Ступінь вищої освіти: Магістр

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«_____» _____ 202_ р.

ЗАВДАННЯ

на підготовку кваліфікаційної роботи

Лілії Вікторівні Гезь

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Конкурентоспроможність продукції підприємства та обґрунтування концепції її підвищення

Науковий керівник: _____ Сітковська А.О., к.е.н., доцент _____

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по ДДАЕУ від «14» листопада 2022 року № 3258_

2. Термін подання здобувачем роботи: _____

3. Вихідні дані до роботи: річні звіти підприємства, виробничо-фінансові плани.

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

Вступ

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності продукції

Сучасний стан конкурентоспроможності продукції підприємства

Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

Висновки і пропозиції

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Основні показники виробничо-фінансової діяльності підприємства

Аналітичне вирівнювання врожайності лохини в фермерському господарстві

Ефективність виробництва лохини в фермерських господарствах

Експертні оцінки важливості окремих параметрів у формуванні якості лохини в ФГ «Бакка»

Результати оптимізації внесення мінеральних добрив під сільськогосподарські культури

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	Сутність «конкуренто-спроможності» та фактори впливу на конкуренто-спроможність продукції		
2	Система показників та методи оцінки рівня конкуренто-спроможності продукції		
3	Сучасний стан конкуренто-спроможності продукції підприємства		
4	Резерви підвищення конкуренто-спроможності продукції підприємства		
5	Висновки і пропозиції		
6	Оформлення дипломної роботи		

Здобувачка _____
(підпис)

Лілія ГЕЗЬ _____
(прізвище та ініціали)

Науковий керівник _____
(підпис)

Алла СІТКОВСЬКА _____
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

ТЕМА: «**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**»

Кваліфікаційна робота містить: 76 с., 7 рис., 20 табл., 1 додаток, 49 літературних джерела.

Об'єктом дослідження є процес формування та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності продукції підприємств та виявлення факторів, які підвищують її конкурентні переваги на ринку.

Метою роботи є обґрунтування концепції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Методи дослідження : системний підхід та діалектичний метод пізнання, статистико-економічний метод, а саме графічний, порівняння, трендовий аналіз.

Розглянуто сутність категорії «конкурентоспроможність». Досліджено підходи і методи оцінки конкурентоспроможності продукції, висвітлені фактори та характеристики, що впливають на них. Проведено оцінку стану виробництва сільськогосподарської продукції та визначено рівень конкурентоспроможності продукції фермерських господарств. Обґрунтовані резерви підвищення конкурентоспроможності продукції фермерського господарства, запропонована стратегія розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції.

Результати впроваджені в діяльність фермерське господарство «Бакка» Дніпровського району Дніпропетровської області.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

Конкуренція, конкурентоспроможність, виробництво, врожайність, стратегія, управління

KEYWORDS

Competition, competitiveness, production, yield, strategy, managment

ЗМІСТ

ВСТУП		6
РОЗДІЛ	1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ		9
1.1.	Сутність «конкурентоспроможності» та фактори впливу на конкурентоспроможність продукції	9
1.2.	Система показників та методи оцінки рівня конкурентоспроможності продукції	18
	Висновки до першого розділу	26
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА		27
2.1.	Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства	27
2.2.	Обсяги виробництва продукції, її якість та попит на неї	33
2.3.	Вплив основних факторів на конкурентоспроможність виробництва продукції	40
	Висновки до другого розділу	46
РОЗДІЛ	3. РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА		49
3.1.	Основні стратегічні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції	49
3.2.	Впровадження інтенсивних технологій і прогресивно - організаційних заходів	60
	Висновки до третього розділу	67
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ		69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		72
ДОДАТКИ		

ВСТУП

Актуальність теми дослідження.

В сучасних ринкових реаліях, що постійно змінюються, відносної невизначеності та нестабільності зовнішнього середовища з метою збереження та підвищення своєї конкурентоспроможності аграрним підприємствам необхідно акцентувати увагу не тільки на миттєвому внутрішньому стані справ, а й на виробленні довгострокової стратегії розвитку – такої лінії поведінки, яка б дозволила їм встигати за змінами, що відбуваються в навколишньому ринковому середовищі.

Зміцнення вагомості підприємства на ринку, що досягається завдяки відмінності вироблених товарів та послуг від конкуруючих за рівнем відповідності потребам покупців та витратами на задоволення певної потреби є основною рушійною силою розвитку. Основна ціль аграрного підприємства – виграш у конкурентній боротьбі як закономірний результат постійних і безперервних зусиль розвитку підприємства. Життя за умов конкурентної боротьби – неодмінний чинник, визначальний саме як декларація про існування того чи іншого аграрного підприємства на ринку, оскільки успішність його зумовлюється здатністю запропонувати товари ті, які найбільш відповідають потребам ринку та споживачів.

Підприємствам для виживання та утримання своїх позицій необхідно бути конкурентоспроможними – це означає знати свої сильні та слабкі риси, використовувати весь свій потенціал для зайняття провідних позицій у галузі, здійснювати вдосконалення систем управління, вести аналіз діяльності конкурентів, надавати послуги відповідно до вимог ринку та споживачів .

Тому так важливо приділяти пильну увагу такому багатозначному аспекту як конкурентоспроможність продукції підприємства, яка є рушійною силою розвитку учасників ринку.

Мета кваліфікаційної роботи є обґрунтування концепції щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Завданнями кваліфікаційної роботи є:

- дослідження теоретичних аспектів конкурентоспроможності продукції підприємств та виявлення факторів, які впливають на неї;
- обґрунтування сучасного стану конкурентоспроможності продукції підприємства;
- проведення оцінки ресурсного потенціалу підприємства для виробництва конкурентоспроможної продукції;
- проведення оцінки фінансово-економічної діяльності підприємства;
- обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності продукції підприємств та виявлення факторів, які підвищують її конкурентні переваги на ринку.

Суб'єкт дослідження фермерське господарство «Бакка» Дніпровського району Дніпропетровської області..

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є системний підхід та діалектичний метод пізнання, які застосовувалися для вивчення підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств. З метою аналізу кількісних та якісних показників конкурентоспроможності продукції підприємства використаний статистико-економічний метод, а саме графічний, порівняння, трендовий аналіз.

Інформаційна база дослідження є закони та нормативні акти країни, фінансова звітність підприємств Дніпропетровської області, монографічні дослідження, доповіді на науково-практичних конференціях, наукові статті, а також результати власних досліджень.

Наукова новизна одержаних результатів в кваліфікаційній роботі полягає в подальшому формуванні конкурентних переваг виробництва сільськогосподарських культур, яка враховує характер трансформаційного

впливу факторів різних рівнів, що дасть змогу вибрати відповідну стратегію розвитку.

Апробація результатів. Результати досліджень апробовані XIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» (м. Дніпро, 27-28 жовтня 2022 року), Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі» (м. Дніпро, 20 вересня 2022 року).

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, список використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи 76 сторінок, 20 таблиць, 7 рисунків, 1 додаток та списку використаних джерел (49 найменувань).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Сутність «конкурентоспроможності» та фактори впливу на конкурентоспроможність продукції

У сільському господарстві зберігаються низькі рівні рентабельності виробництва продукції та продуктивності праці, які є недостатніми для того, щоб успішно конкурувати на зовнішньому та внутрішньому ринку з імпортними продовольчими товарами, виробленими, як правило, у кращих природно-кліматичних умовах, а найчастіше і за більш сприятливих виробничо-економічних, таких як кількість інвестицій, вартість кредитних ресурсів, рівні цін та державної підтримки та соціальних, наприклад, доходи населення та інших факторах. При цьому зростаючі вимоги до якості продовольства та сировини стають визначальними для постачання експорту української сільськогосподарської продукції. До того ж іноземні країни, конкуренти дедалі активніше нарощують конкурентні переваги та інноваційний потенціал сільського господарства.

Сучасні світові тенденції, які характеризуються багатовимірним нелінійним процесом зі складним розвитком, зумовила формування еkleктичної та часом парадоксальної у своїх проявах економічної реальності, залишаючи все менше місця для уявлень про рівноважність, оборотність та стаціонарність ринків, що лежать в основі класичної та неокласичної. У сучасних глобальних умовах економіка постійно безперервно модернізується при цьому як кількісно, так і якісно.

Конкуренція становить основу динамічного розвитку індустріального, інформаційного суспільства, спочатку має форму вільної конкуренції виробників на відкритих ринках та переважно ціновий механізм її реалізації на національному, локальних та зовнішньому ринках. Поняття конкуренції,

що розвивається задовго до появи класичної економічної теорії, динамічно змінювалося. У сучасних умовах конкуренція набуває нових рис, основними є: поєднання вільної конкуренції приватних підприємців з конкуренцією монополій та олігополій (часто в умовах протекціонізму); зміщення від використання в основному цінових методів конкуренції до переважно нецінових; трансформація ринків на сегменти, що подрібнюються, під впливом зміни структури попиту від масового споживання (уніфікованої продукції) до задоволення індивідуального споживчого та інвестиційного попиту.

Зміст конкуренції проявляється, перш за все:

- у закритті неконкурентоспроможних підприємств, їх злиття або поглинання іншими, продажем, перетворенням;
- у забезпеченні спрямованості виробника на потреби споживача, без чого майже не можливо отримати прибуток;
- у навантаженні на виробництво, розподіл ресурсів між галузями економіки відповідно до попиту та норми прибутку;
- у стимулюванні зростання ефективності виробництва, що забезпечує розвиток виробників;
- у диференціації товаровиробників (одні виграють, інші програють та банкрутують, треті залишаються при своєму);
- у стимулюванні зниження цін та підвищення якості товарів.

Конкуренція є основою, базою конкурентоспроможності. У разі посилення конкуренції споживача виживають ті виробники, які впроваджують інновації. Конкуренції, часто притаманний руйнівний характер, що містить у собі формування нового, як правило, вищого конкурентоспроможного рівня, характеризується розвитком партнерських відносин між конкурентами.

Конкуренція у широкому значенні означає можливість виграшу у змаганні. Нині конкуренція як рушійна сила змушує виробників постійно шукати нових шляхів підвищення своєї конкурентоспроможності. Серед існуючих визначень поняття «конкурентоспроможність» трактується досить

широко: як економічна категорія, як властивість, показник, інструмент тощо. Так, під конкурентоспроможністю розуміється здатність випереджати інших, використовуючи свої переваги у досягненні поставленої мети. Чи конкурентоспроможність характеризує здатність виживати та динамічно розвиватися в умовах ринкового простору. Отже, можна визначити сутність конкурентоспроможності полягає у створенні товарів (робіт, послуг) вищої цінності, під якою розуміється органічна єдність вартості та споживчої вартості товару, витрат та якості (корисності).

Конкурентоспроможність розглядають й на різних рівнях, тобто існує певна ієрархія конкурентних відносин (рис. 1.1).

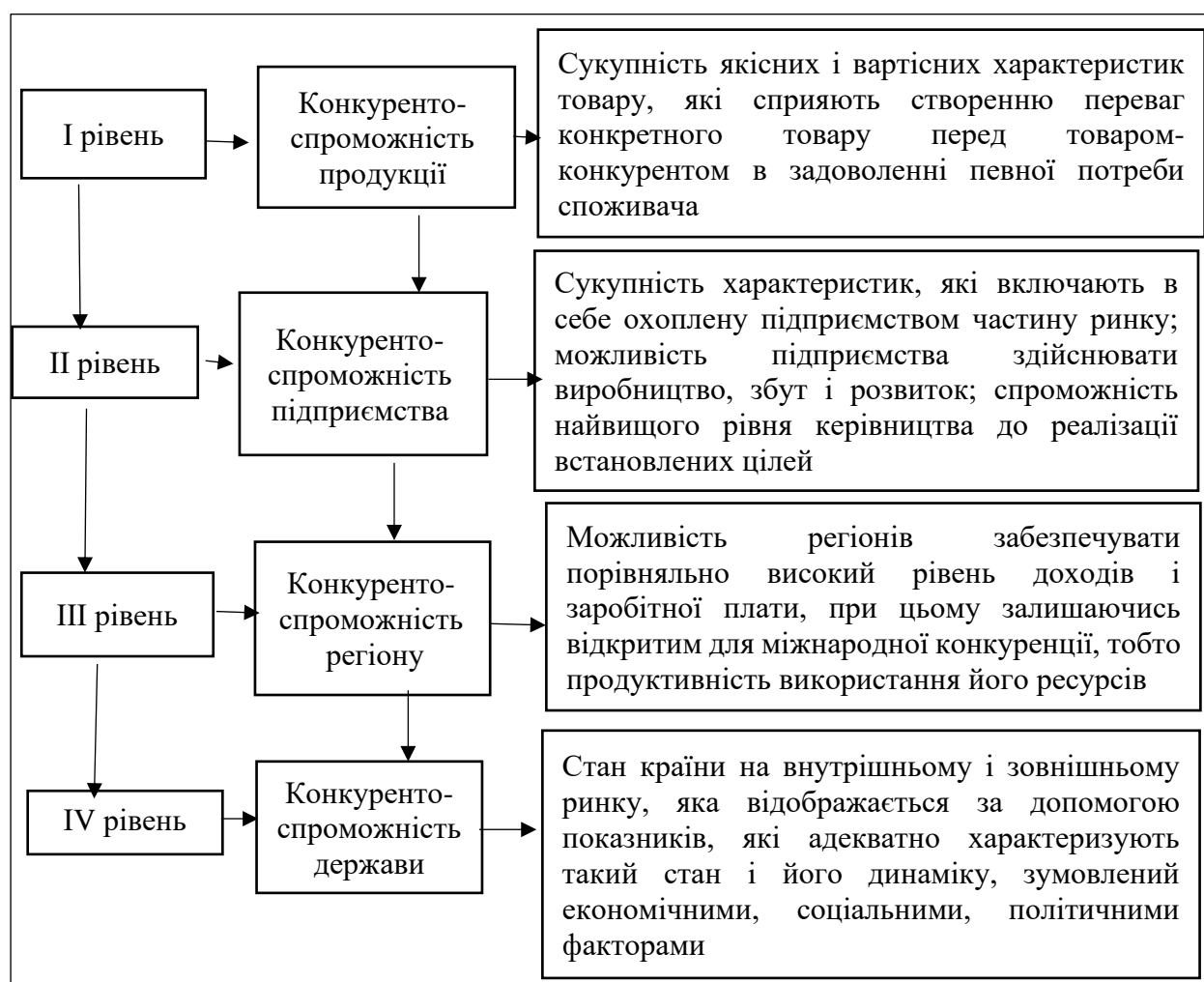


Рис. 1.1 Ієрархія рівнів конкурентоспроможності

На наш погляд, одним з домінуючих рівнів забезпечення конкурентоспроможності є макроекономічний, на якому визначаються основні умови функціонування всієї господарської системи країни та її

регіонів. У зв'язку з цим, конкурентоспроможність на даному рівні це здатність економіки в умовах ефективного конкурентного середовища виробляти, споживати та реалізовувати товари та послуги, що створюються в країні, використовувати свої експортні можливості для неухильного підвищення власного економічного та інноваційного потенціалу, забезпечуючи при цьому високу якість життя населення.

Розмаїття визначень поняття «конкурентоспроможність» пов'язане з особливостями постановки завдання та мети дослідження, що призводить до зосередження уваги на тому чи іншому аспекті конкурентоспроможності або з вибором предмета дослідження (товар, послуга), суб'єкта конкуренції (підприємство, галузь, регіон, національна економіка, держава), об'єкта конкуренції, масштабу діяльності тощо..

Якщо розглядати конкурентоспроможність в економічній сфері, то у загальному вигляді – це наявність властивостей, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання. Так, П. Перерва та Т. Романчик визначають «внутрішню конкурентоспроможність як результат ринкової боротьби між продуктами підприємства з метою отримання заздалегідь визначених вигід виробника шляхом посилення мотиваційного механізму споживача» [29]. Конкурентоспроможність це стан, що характеризує реальну чи потенційну можливість виконання своїх зобов'язань за умов можливої протидії суперників [8]. С. Мочерний розглядає конкурентоспроможність як «здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів» [17]. Г. Ткачук трактує поняття конкурентоспроможність як «складне системне поняття, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, широко використовується в теорії та практиці економічного аналізу та поєднує у собі набір та взаємодію наступних елементів» [38]. Деталізуючи поняття, а саме визначення конкурентоспроможності продукції дає Д. Легеза розглядаючи її як «сукупність технічних, технологічних та економічних параметрів продукції, які у певний час відповідають вимогам

зовнішнього і внутрішнього ринку та задовольняють вимоги потенційних споживачів» [25].

Деталізуючи поняття «конкурентоспроможність» можна виділити деякі характеристики:

багатоваріантність, яка призводить до того, що інколи це поняття ототожнюють лише технічними аспектами галузі, підприємства чи продукції;

відносність, яка проявляється в тому, що товари, які конкурують на одних ринках, в той же час буде зовсім неконкурентоспроможним на інших;

різноманітність підходів до аналізу і оцінки конкурентоспроможності на різних рівнях: рівень продукції, підприємства тощо. Тобто дане поняття у вузькому значенні може базуватися на таких складових як альтернативність, порівняння, варіація.

У сучасних умовах поляризованого розвитку, в рамках якого полюсами зростання можуть стати регіони, що найбільш динамічно розвиваються, інтегровані з регіональними і глобальними ринками і виступають у ролі «локомотивів» економічного розвитку, необхідно акцентувати увагу на конкурентоспроможності регіональної економіки.

Розглядаючи регіональну економіку, як здатну постійно винаходити інновації, слід враховувати три аспекти: наявність регіональної структури управління; регіональної спеціалізації з виробництва певного типу товарів; різниці між розвитком центру/периферії у промисловій та інноваційній структурі регіону. Визначення конкурентоспроможності регіональної економіки має включати три основні моменти: ефективність функціонування господарського механізму регіону (конкурентоспроможність на ринку товарів або конкурентоспроможність, що забезпечується виробництвом); його інвестиційна привабливість (наявність у регіоні інноваційного та інфраструктурного потенціалу).

Таким чином, конкурентоспроможність регіональної економіки – це здатність суб'єктів регіональної економіки ефективно виробляти продукцію та функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках, обумовлена

соціально-економічними, інфраструктурними, інноваційними та інвестиційними факторами та перевагами, що дозволяє досягати високого рівня життя населення. Представлені визначення конкурентоспроможності містять дуже різноманітні елементи досліджуваного явища: від продукції до ефективності використання потенціалу фірми.

Виділяють три основні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності продукції і підприємства: 1) конкурентоспроможність підприємства є конкурентоспроможністю його продукції; 2) конкурентоспроможність підприємства є здатність конкурувати; 3) конкурентоспроможність підприємства є міра ефективності своєї діяльності.

Дослідження конкурентного середовища має бути безперервним і відображати не тільки поточний стан справ, а й тенденції, що складаються. Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства-виробника продукції можна розглядати між собою як частина і сукупність. Спроможність фірми відчувати переваги на конкурентному товарному ринку прямо визначаються конкурентоспроможністю продукції та сукупністю економічної поведінки суб'єкта. Таким чином «конкурентоспроможність підприємства» зводять до поняття «здатність підприємства виробляти конкурентоспроможний товар».

Конкурентоспроможність товару - ринкова характеристика, сукупність його переваг на ринку, що сприяють успішній реалізації успішної конкуренції. Дане поняття визначається системою технічних, споживчих та економічних показників: технічним рівнем продукції, функціональними, соціальними, естетичними та іншими корисними властивостями, ціною купівлі та витратами на споживання. Оцінка проводиться шляхом порівняння цих показників із товаром-конкурентом, перспективними зразками та нормативами. Конкурентоспроможність можливо забезпечувати на оперативному, тактичному і стратегічному рівні як показник - конкурентоспроможності продукції, стану підприємства та зростання вартості бізнесу відповідно.

Категорія «конкурентоспроможність продукції за своєю архітектонікою є дуже складною структурою. У ланцюзі суспільного відтворення вона формується у процесі виробництва, проходячи стадію звернення, але проявляється у процесі її використання, отже, зрештою, ефект підвищення якості реалізується у процесі споживання (експлуатації, переробки) продукції.

Конкурентоспроможність – інтегральна характеристика, яка включає ряд складових (рис. 1.2).

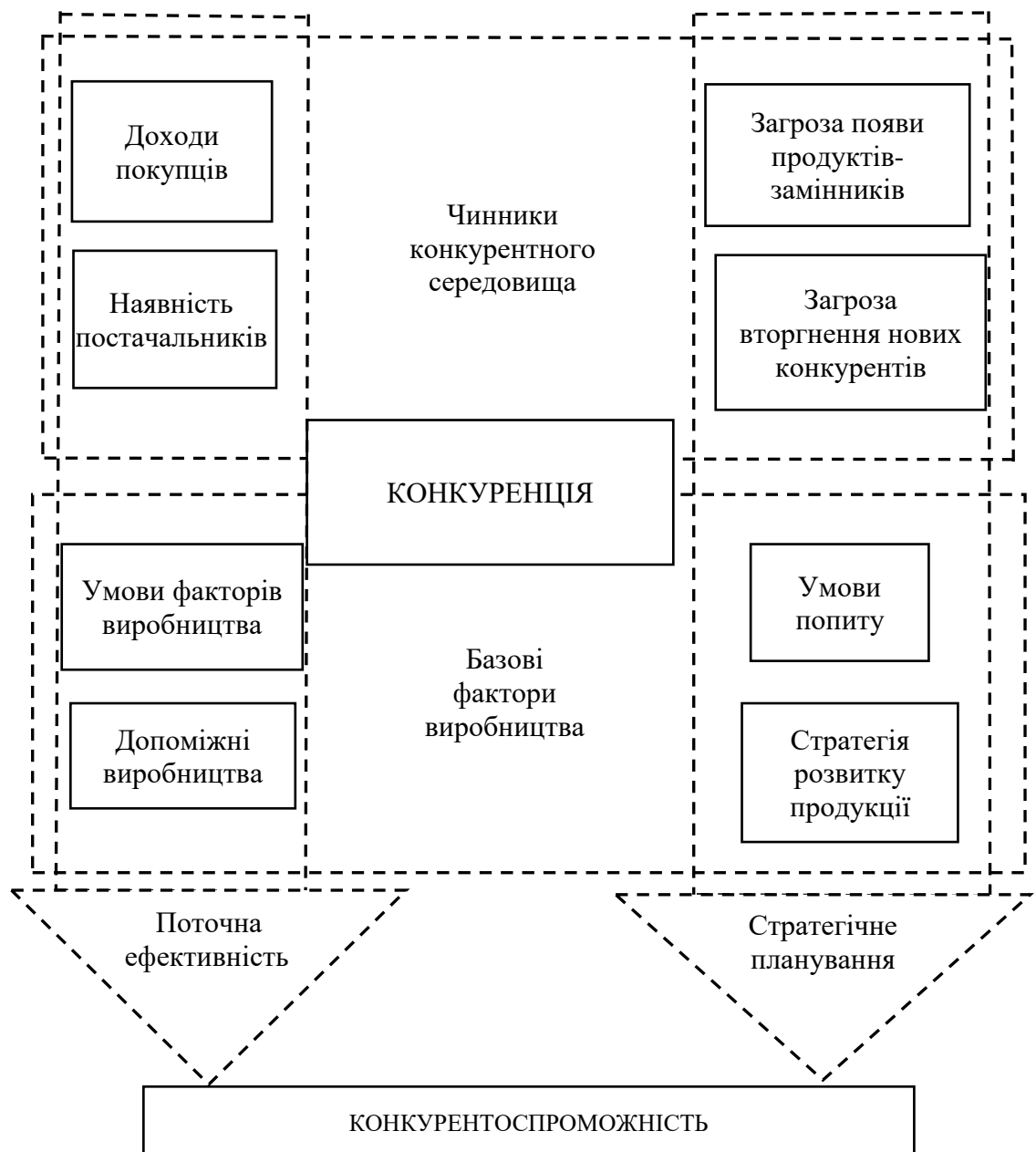


Рис. 1.2 Складові конкурентоспроможності

При цьому величина ефекту значною мірою залежатиме від того, чи є продукт разового або тривалого користування, засобом або предметом праці, засобом або предметом споживання. Тому традиційні методи визначення ефективності виробництва стосовно конкурентоспроможності продукції є ні універсальними, ні достатніми, бо відбивають інтереси виробника, але не враховують, має значення, ефект споживача.

Тенденції розвитку галузей сільського господарства останніх років свідчать про необхідність чіткого виділення факторів та принципів забезпечення конкурентоспроможності продукції. Критерієм економічної ефективності сільського господарства є максимізація прибутку, одержуваного з наявної площі сільськогосподарських угідь за мінімум витрат.

Галузева ефективність досягається з допомогою раціонального розміщення виробничих ресурсів галузі біля країни, що з неоднаковими природно-кліматичними, екологічними умовами, що склалися під впливом низки різних чинників, розміщенням ресурсів, накопиченим працівниками досвідом виробництва тієї чи іншої продукції даному регіоні.

Напрацьований досвід дозволив також виділити низку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність продукції аграрних підприємств, а отже, і на розвиток агропромислового комплексу.

Внутрішні фактори та умови економічного середовища, що забезпечують виробничо-економічний потенціал суб'єктів господарювання (виробничі, обробні, транспортні, складські та інші організації), поділені на дві групи:

- 1) корпоративні: фінансове становище, напрями ринкової стратегії, виробничі можливості, організаційна система управління, кадрове забезпечення, маркетингова політика;
- 2) товарні: середня ціна товару, сезонність виробництва та попиту, терміни зберігання продукції і т.д.

Зовнішні чинники конкурентоспроможності є визначальними для чинників внутрішнього середовища, тобто потрібно постійно проводити моніторинг, аналіз та узагальнення цих чинників для своєчасної модернізації організаційно-економічного механізму всередині галузі, тобто потрібна система швидкого реагування внутрішніх систем зміни у зовнішньому континуумі. Зовнішні чинники та умови економічного середовища включають будь-які явища та процеси (обмежувальні, що стимулюють ділову активність рішення державних органів, загальноекономічні процеси, кон'юнктура ринку, купівельна спроможність населення тощо) та різного роду суб'єктів, що вступають з організацією у комерційну взаємодію. До цієї групи можна віднести такі фактори, як:

- 1) прямого впливу: попит на продовольчому ринку, конкуренція, особливості кінцевих споживачів, збут, розподіл ресурсів;
- 2) непрямого впливу: демографічні, географічні, політико-правові, соціально-культурні та ін.

Таким чином, на мою думку, конкурентоспроможність продукції аграрних підприємств в першу чергу визначається перевагами, які визначають такі фактори виробництва, як: географічні умови, природно-кліматичні фактори, трудові ресурси, але для ефективного функціонування підприємства, підтримки його конкурентоспроможності на тривалій основі одних цих чинників недостатньо.

Для успіху в конкурентній боротьбі необхідно сформувати організаційно-економічний механізм, який буде спрямований на вдосконалення та розвиток наявних вихідних ресурсних параметрів, зокрема підвищення кваліфікації своїх працівників, розвиток їх знань, умінь та навичок, удосконалення технологій та інфраструктури виробництва шляхом капіталовкладень в основні та оборотні засоби.

1.2. Система показників та методи оцінки рівня конкурентоспроможності продукції

Поняття, яке характеризує конкурентоспроможність як економічну категорію, виступає варіація та специфічність підходів та методів для оцінки та аналізу рівня конкурентоспроможності, які відрізняються залежно від виду (рівня) конкурентоспроможності.

До ознак конкурентоспроможності можна віднести:

- 1) задоволення потреб споживачів властивостями та характеристиками продукції (зокрема якістю тощо);
- 2) рівень попиту на продукції підприємства також і на світових ринках (крім внутрішніх);
- 3) здійснення процесу формування конкурентоспроможності, який включає споживачів, конкурентів;
- 4) рівнозначність (в контексті якості) різних категорій товару щодо конкурентоспроможності.

Враховуючи дані ознаки можливо визначити такі стани конкурентоспроможності (рис. 1.3).



Рис. 1.3 Стани конкурентоспроможності

На сьогоднішній день в економічній літературі можна знайти безліч визначень та способів оцінки конкурентоспроможності.

Оцінка конкурентоспроможності необхідна з метою:

- розробки конкретних дій з підвищення конкурентоспроможності;
- вибору основних конкурентів для проведення контролю;
- формування плану виходу продукції на ринку збуту, на які ще ця продукція не надходить;
- визначається становище продукції на ринку, який досліджується;
- здійснення інвестиційної діяльності у необхідному напрямку щодо підвищення конкурентоспроможності продукції;
- здійснення державного регулювання в напрямку підтримки конкуренції, розвитку аграрного ринку, сільськогосподарської продукції тощо.

Основною задачею оцінки конкурентоспроможності продукції є пошук критеріїв, факторів і джерел підвищення конкурентоспроможності. І важливість даного процесу є беззаперечною, оскільки можливість аграрного підприємства конкурувати на ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції.

Алгоритм дослідження конкурентоспроможності представлений нижче (рис. 1.4).

Аграрні підприємства виробляють підходи до конкуренції продукції. Ціна при цьому є центральною ланкою конкурентної стратегії підприємства, що включає розробку заходів, спрямованих на виживання у боротьбі з конкурентами на ринку конкретної продукції.

У сільському господарстві факторами виробництва є: земля, праця та капітал, які оптимально комбінуються товаровиробниками. Наприклад, маючи певну кількість землі, сільгоспвиробник використовує її для виробництва пшениці та ячменю.

Причому, за своїм бажанням, він може вирощувати один вид культури або обидва одночасно. Так як для виробництва пшениці та ячменю можна одночасно використовувати однакові за якістю та механічним складом ґрунту, види техніки та інші фактори виробництва, то ці культури є конкурентними.



Рис. 1.4 Алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції

Наступна конкурентна залежність: відгодівля великої рогатої худоби та вирощування товарного зерна. Здавалося б, відгодівля потребує витрат праці протягом року, виробництво зерна - сезонна робота, і ці два види діяльності доповнюють один одного.

Це насправді так доти, доки наявність капіталу, трудових ресурсів та землі дозволяє займатися двома видами діяльності. Але якщо ресурсів недостатньо, то відгодівлю худоби та виробництво зерна починають конкурувати один з одним.

Отже, внутрішня конкуренція сприяє оптимальному поєднанню різних видів діяльності, галузей. Основним показником, на основі якого досягається

це оптимальне поєднання, є прибуток у розрахунку на одиницю ресурсів, що використовуються в абсолютному і відносному виразах.

Кінцева мета товаровиробника – отримання конкурентоспроможної продукції, формування якої відбувається на рівні виробництва. У зв'язку з цим конкурентоспроможна галузь поєднує у собі виробництво високоякісної продукції на основі адаптивної (інтенсивної) технології, оптимального підбору системи машин, використання висококваліфікованої праці.

Представивши якусь оцінку споживчих властивостей товару Π як дійсну частину комплексного числа, яке ціну \mathcal{C} - як уявну частину, отримаємо:

$$T = \Pi + i\mathcal{C}, \quad (1.1)$$

де i - уявна одиниця, яка визначається умовою $i^2 = -1$ і задовольняє співвідношенню:

$$i^2 = -1 \quad (1.2)$$

Товар, який повністю їх задовольняє, можна назвати ідеальним. Позначимо споживчі властивості ідеального товару через Π_i . Тоді для кожного товару можна визначити, наскільки він далекий від ідеалу:

$$\Pi_i - \Pi \quad (1.3)$$

Легко переконатися в тому, що чим ближче різниця (1.3) на нуль, тим ближче товар до ідеального, а отже, тим більшу ціну споживач готовий заплатити за нього.

Для споживчої товарної лінії між різницею та ціною існує зворотна залежність. Цю залежність можна описати моделями різної складності. Найбільший інтерес представляють модель як комплексного числа.

Слід скористатися загальноприйнятим у наукових дослідженнях методом – поступовим переходом від найпростіших моделей до моделей підвищеної складності. Для комплексного числа зазначена залежність найпростішим способом буде описана так (формула 1.4):

$$(\Pi_i - \Pi)^2 + \mathcal{C}^2 = K^2 = \text{const.} \quad (1.4)$$

Справді, легко переконатися відповідно до рівності (1.4), що із зменшенням споживчих властивостей товару Π (збільшенням різниці $\Pi_i - \Pi$)

його ціна буде зменшуватись, а при підвищенні споживчих властивостей (зменшенням різниці $\Pi_i - \Pi$) та їх наближенні до властивостей ідеального товару ціна збільшується. Отже, модель загалом правильно описує головну особливість споживчої товарної лінії. Скориставшись отриманою моделлю та записом (1.1), легко описати модель поведінки споживача стосовно товару як комплексне число:

$$K = (\Pi_i - \Pi) + iЦ. (1.5)$$

Модель (1.5) крім того, що добре описує поведінку споживчої товарної лінії математично, має ще й ясну графічну інтерпретацію.

Комплексне число є вектором, що виходить з початку координат на площині. Осями координат площини в даному випадку є ціна та значення споживчих властивостей $\Pi_i - \Pi$. З урахуванням умови (1.5) модуль вектора залишається величиною постійної, а проєкції вектора на координатні осі можуть змінюватися.

У тому випадку, коли споживчі властивості товару близькі до ідеалу і різниця $\Pi_i - \Pi$ близька до нуля, товар, показуючи високий вміст споживчих властивостей, буде високо оцінений споживачами і реалізовуватиметься за високою ціною.

Переваги та зручності практичного використання такої форми моделі очевидні. А, щоб визначити, наприклад, ціну товару даної лінії, який підприємство передбачає вивести ринку, необхідно з'ясувати в споживачів оцінку $\Pi_i - \Pi$ і з рівності (1.4), знаючи, що $K=100$, легко визначається ціна.

Друга проблема, з якою неминуче доведеться зіткнутися на практиці – реальна споживча товарна лінія. Модель легко може бути ускладнена, наприклад, можна скористатися такою її модифікацією (формула 1.6):

$$K = a (\Pi_i - \Pi) + iЦ. (1.6)$$

На практиці можна буде використовувати моделі різної складності, причому як дійсна, так і уявна частини даного комплексного числа можуть являти собою складні функції, наприклад:

$$K = a \ln(\Pi_i - \Pi) + i(Ц + iЦ^2 + c), (1.7)$$

Вигляд кожного комплексного числа та коефіцієнти моделей слід знаходити за допомогою методів регресійно-кореляційного аналізу.

Визначити конкурентоспроможність конкретної продукції можливо за допомогою розрахунку інтегрального показника ($Kint$) за формулою 1.8:

$$Kint = \frac{I_{TP}}{I_{EP}}, \quad (1.8)$$

де I_{TP} - індекс якості (технічні параметри); I_{EP} - індекс цін (економічні параметри).

Розрахунок індексу якості здійснюють за формулою 1.9:

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^n q_i * v_i, \quad (1.9)$$

де q_i – одиничний показник i -го якісного параметра; v_i - коефіцієнт вагомості i -го параметра.

Різноманітні одиничні показники якісних параметрів розраховують за формулою 1.10:

$$q_i = \frac{P_1}{P_0}, \quad (1.10)$$

де P_1 – значення окремого якісного параметра досліджуваної продукції; P_0 – значення цього ж параметра базової продукції.

Визначення індексу цін або економічних параметрів здійснюють за формулою 1.11:

$$I_{EP} = \frac{R_1}{R_0}, \quad (1.11)$$

де R_1 , R_0 – споживча ціна для оцінюваної та базової продукції, що купується на ринку, визначається за формулою 1.12:

$$R_0 = R_{пр} + B, \quad (1.12)$$

де $R_{пр}$ – ціна продаже продукції; B - сумарні витрати на споживання.

Розглянемо граничні значення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції. Так, за умови $Kint > 1$, то аналізуєма продукція є більш конкурентоспроможним, ніж аналогічна продукція, яка вибрана як основа для порівняння. Відповідно основним завданням аграрних

товаровиробників досягти $K_{int} > 1$, при цьому дотримуватися зростання I_{TP} та зменшення I_{EP} . $K_{int} < 1$, то рівень конкурентоспроможності аналізованої продукції є нижчим, ніж у продукції-конкурента. $K_{int} = 1$, ситуація за якої спостерігається рівність обох видів продукції за інтегральним рівнем конкурентоспроможності.

Купуючи товар покупець завжди співставляє якість, що споживається, з наявним рівнем цін, який споживач згоден заплатити, при наявності певної величини доходу. Так як покупці мають різні рівні доходу, на ринку мають бути представлені товари високої, середньої та низької якості.

Високий рівень якості продукції зовсім не гарантує високу конкурентну здатність – доходи покупців можуть бути настільки низькими, що перевага буде віддана продукції з дуже низькими споживчими властивостями, невисокою якістю та невисокою ціною. Водночас і цінова конкуренція, яка завжди впливає на реалізацію конкурентних переваг – доходи покупців може бути високі настільки, що на першому плані виступатимуть саме покупці властивостей продукції, близькі до характеристик ідеальної продукції, а чи не ціни на неї. Таким чином, для визначення конкурентоспроможності продукції, що пропонується на аграрний ринок, слід ретельніше вивчити взаємозв'язок між доходами покупців, ціною товару та його властивостями.

На рівень конкурентоспроможності продукції впливає й розробка та реалізація системи інформаційного забезпечення, яка вирішує практичне завдання сучасної економіки. Можливо виділити декілька форм організації цих систем. Перша - інформаційна система підприємства, за допомогою якої дане підприємство вирішує проблеми, що виникають перед ним. Витрати на збір, обробку, оновлення та зберігання інформації в цій системі вимагають значних матеріальних, грошових і трудових витрат. Тому мати інформаційну систему може дозволити собі не кожне підприємство.

Друга форма організації – інформаційна система регіональних структур: статистичних управлінь; комітетів адміністрацій регіонів тощо. Ця форма організації, на відміну першої, передбачає можливість відкритого платного

використання інформації з боку будь-якого бажаного це зробити. Можливість концентрації зусиль та спеціалізації роботи у цьому напрямі дозволить такій формі організації регіональної системи інформаційного забезпечення конкурентоспроможності працювати більш ефективно.

Витрати на функціонування даної системи при правильному її управлінні будуть рознесені за рахунок користувачів системи та не ляжуть важким тягарем на одну організацію. Крім того, послугами такої інформаційної системи можуть скористатися всі охочі, у тому числі й підприємства малого та середнього бізнесу, що слід визнати суспільно значущим явищем.

Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності необхідно досягти певних конкурентних переваг перед суперником, що може стати стратегічним напрямом діяльності на всіх рівнях ієрархії: продукції, підприємств, галузей, регіонів та країни в цілому. Проблема підвищення конкурентоспроможності продукції для країни наразі є дуже актуальною через тенденцію до глобалізації економік, тому цьому питанню держава виділяє особливу увагу.

Розширення зовнішньоекономічної діяльності у ринкових умовах господарювання ставить перед галузями сільського господарства завдання прискореного виходу світові критерії щодо конкурентоспроможності виробництва. Незважаючи на цілу низку досягнень у сфері розвитку зовнішньої та внутрішньої конкурентоспроможності АПК, все ж таки є й серйозні проблеми, що потребують ефективних рішень, як на національному, так і на місцевому рівнях.

У сучасних умовах питання конкурентоспроможності продукції українських підприємств агропромислового комплексу особливо гостре, необхідно створювати сприятливі економічні умови для ефективного їх функціонування і розвитку. Вирішення проблем конкурентоспроможності продукції висунуто до найважливіших пріоритетів розвитку економіки для подолання соціально-економічних наслідків війни.

Висновки до першого розділу

Конкурентоспроможність є показником доцільності існування будь-якого виду бізнесу, узагальнюючою характеристикою рівня та якості господарювання, ступеня адекватності підприємства зовнішньому середовищу.

Характеристиками поняття «конкурентоспроможність» є: багатоваріантність; відносність та різноманітність підходів до аналізу і оцінки конкурентоспроможності на різних рівнях: рівень продукції, підприємства тощо. Тобто дане поняття у вузькому значенні може базуватися на таких складових як альтернативність, порівняння, варіація.

Виділяють наступні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності продукції і підприємства: конкурентоспроможність підприємства є конкурентоспроможністю його продукції; конкурентоспроможність підприємства є здатність конкурувати; конкурентоспроможність підприємства є міра ефективності своєї діяльності.

Конкурентоспроможність товару - ринкова характеристика, сукупність його переваг на ринку, що сприяють успішній реалізації успішної конкуренції. Категорія «конкурентоспроможність продукції» за своєю архітектонікою є дуже складною структурою. У ланцюзі суспільного відтворення вона формується у процесі виробництва, проходячи стадію звернення, але проявляється у процесі її використання, отже, зрештою, ефект підвищення якості реалізується у процесі споживання (експлуатації, переробки) продукції.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства

Фермерське господарство «Бакка» розташовано в с. Балівка Дніпровського району Дніпропетровської області. Розташоване підприємство на відстані 7 км від м. Дніпро. Господарство засноване в 2019 році, головою фермерського господарства є Куций А.Д. Незначні розміри господарства вплинули на формування відповідної організаційної структури, єдиним керівником є голова фермерського господарства, який вирішує водночас і функціональні питання.

Раціональне та ефективне використання значної кількості площ наявних в районах Дніпропетровської області, що входять до складу сільськогосподарських земель є в даний час дуже актуальним завданням, вирішення якого якраз і є однією з суттєвих передумов забезпечення рентабельності галузі в регіоні. Для сільського господарства віддачу від землі здійснює вплив велика кількість чинників як природні (природна родючість, кількість опадів тощо), так і створені за допомогою людей (якість проведення технологічних операцій на оброблюваних площах, дисципліна у проведенні виробничих та технологічних операцій тощо). Фермерське господарство використовує незначні площі сільськогосподарських угідь. Детальніше про склад та структуру земельних угідь фермерського господарства в табл. 2.1.

Основним видом діяльності (за статутом) фермерського господарства є вирощування ягід, горіхів, інших плодових дерев і чагарників. Відповідно площі сільськогосподарських угідь господарства повністю ріллею і використовуються для цих цілей. За економічними показниками

простежується за три роки висока інтенсивність використання земельних ресурсів, коефіцієнти освоєння і розораності рівні одиниці.

Таблиця 2.1

Склад і структура земельних угідь, землезабезпеченість

Показник	2019		2020		2021		2021 у % до 2019
	га	%	га	%	га	%	
Загальна земельна площа	4	-	5	-	5	-	125,0
в т.ч. сільськогосподарські угіддя	4	100	5	100	5	100	125,0
із них: рілля	4	100	5	100	5	100	125,0
Коефіцієнт сільськогосподарського освоєння землі	1	-	1	-	1	-	100,0
Коефіцієнт розораності землі	1	-	1	-	1	-	100,0
Середньорічна чисельність працівників, осіб	6		8		9		150,0
Припадає на одного робітника: сільськогосподарських угідь	0,67	-	0,63	-	0,56	-	83,6
ріллі	0,67	-	0,63	-	0,56	-	83,6

Середньорічна чисельність працівників зростає (на 50%), що зумовило зниження рівня забезпеченості ріллею і сільськогосподарськими угіддями в розрахунку на одного середньорічного робітника на 16,4%.

Структура посівів визначає в аграрному підприємстві надходження грошових коштів від реалізації вирощеної продукції, тим самим окреслюючи спеціалізацію в господарстві. Дана категорія визначається різними способами, скористаємося для її розрахунку структурою товарної продукції, як питомою часткою кожного виду реалізованої продукції в загальній сумі надходжень (табл. 2.2).

В табл. 2.2 приведена структура виручки від реалізації продукції, яка показує її за три роки. Так, загальна сума надходжень зросла в цілому на 39,7% (на 855,3 тис грн), як видно зростання зумовлене збільшенням надходжень від вирощування і реалізації лохини, які зросли на 63% за період досліджень. В структурі надходжень від реалізації бачимо, що за весь період ягода лохині

займала від 65,9% в 2019 році до 76,9% в 2021 р, що визначило і спеціалізацію господарства за весь час дослідження. Грошові надходження від реалізації овочів займають лише 1/10 частину надходжень в фермерському господарстві, як і виручка від реалізації суниці -12,2% в 2021 р.

Таблиця 2.2

Структура товарної продукції

Вид продукції	2019		2020		2021		В середньому за 3 роки		2021 у % до 2019
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	
Овочі відкритого ґрунту	353,63	16,4	248,76	9,7	328,26	10,9	310,22	12,0	92,8
Ягоди (лохина)	1421,0	65,9	1979,79	77,2	2315,92	76,9	1905,57	74,0	163,0
Суниці	381,67	17,7	335,95	13,1	367,42	12,2	361,68	14,0	96,3
Всього	2156,3	100,0	2564,5	100	3011,6	100	2577,47	100	139,7

Враховуючи дані табл. 2.2 визначимо, що виробничий напрямок діяльності є ягідництво (ягода – лохина).

Специфічність вирощування продукції викликає необхідність у формуванні достатньої кількості робітників, які б виконували необхідні виробничі функції. В сільському господарстві якість робіт є фактором виробництва, так як вища якість і продуктивність робіт забезпечує приріст виходу продукції з одиниці насаджень чи посівних площ. В фермерському господарстві враховуючи специфічність вирощуваної продукції використовує як постійних працівників, так і сезонних та тимчасових. В період збирання врожаю кількість працівників зростає, а в період міжсезоння – їх кількість 3-4 особи. Слід враховувати і професійну майстерність і дисципліну праці всіх категорій працівників і те, що є запорукою високої врожайності сільськогосподарських культур.

Враховуючи дану ситуацію визначено і розраховано в табл. 2.3 показники рівня використання персоналу з урахуванням середньорічної кількості, тобто врахування сезонних і постійних робітників.

Таблиця 2.3

Рівень використання трудових ресурсів

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Середньорічна чисельність працівників, осіб	6	8	9	150,0
Ними відпрацьовано - всього, тис. люд.-год.	11,59	15,17	17,28	149,1
Відпрацьовано одним середньорічним працівником, люд-год.	1931,4	1895,9	1920	99,4
Річний запас робочого часу, т. люд.- год.	11,55	15,40	17,33	150,0
Коефіцієнт використання робочого часу	1,003	0,99	0,997	99,4
Трудозабезпеченність	2	2	2	100

В фермерському господарстві за три роки збільшилась середньорічна чисельність працівників в 1,5 рази, це збільшення пов'язано зі зростанням площ під ягідниками і збільшенням потреби в сезонних працівниках під час збирання врожаю. Трудова активність одного працівника в середньому за рік є оптимальною, що підтверджує значення показника коефіцієнта використання робочого часу, який за три роки був в межах свого оптимального значення – одиниці. Це свідчить про високий рівень керівництва господарством та оптимально визначену кількість працівників в різні періоди.

Підтримувати в оптимальному рівні необхідну кількість працівників дозволяє наявна кількість технічних засобів, які представлені системою поливу, транспортними засобами та іншими об'єктами основних засобів. Дані активи використовуються на підприємстві з моменту його створення і в поточному процесі, розширюючись в номенклатурі об'єктів та якісних характеристиках. Крім основних засобів в господарстві використовуються такі активи як оборотні засоби, які включають у витрати виробництва одного року або як складова незавершеного виробництва чи біологічний актив

рослинництва. Забезпеченість та ефективність використання всіх активів, які були використані в фермерському господарстві за три роки проаналізуємо в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Економічна ефективність використання виробничих засобів

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1695,7	2326,9	1932,5	114,0
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн.	975,7	1284,6	1073,3	110,0
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	2156,3	2564,3	3011,6	139,7
Середньорічна численність працівників, осіб	6	8	9	150,0
Площа сільськогосподарських угідь, га	4	5	5	125,0
Капіталозабезпеченість, тис. грн.	423,93	465,38	386,5	91,2
Капіталоозброєність, тис. грн.	282,6	290,9	214,7	76,0
Продуктивність основного капіталу, грн.	1,27	1,10	1,56	122,8
Капіталомісткість, грн.	0,79	0,91	0,64	81,1
Коефіцієнт зношення	0,13	0,18	0,20	157,7
Коефіцієнт обороту оборотного капіталу	2,21	2,0	2,81	127,1
Тривалість одного обороту оборотного капіталу, дні	165	183	130	78,8
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	326,8	44,5	526,9	161,2
Рентабельність активів, %	12,2	1,23	17,5	+5,3 в.п.

Вартість основних засобів в фермерському господарстві, як показують дані табл. 2.4, за три роки зросла на 14%, а оборотних – на 10%. Якісний стан основних засобів в фермерському господарстві є високий, так як рівень зносу на 2021 р. складає лише 20%, тобто об'єкти основних засобів є нові і спостерігається низький рівень зносу. Аналізуючи забезпеченість основними засобами з таблиці видно, що в розрахунку на наявну площу показник зменшився на 8,8%, а в розрахунку на одного працівника – на 24%. Ефективність основного капіталу зросла за період дослідження на 22,8%, відповідно капіталомісткість зменшилася на 18,9%. Провівши дослідження оборотних засобів простежується чітка тенденція до зростання ефективності

їх використання. Тривалість одного обороту зменшується, особливо з 2020 по 2021 р., скоротилась на 53 дні, що є дуже позитивною тенденцією. В цілому виробничий капітал використовується з високою віддачою, норма прибутку за три роки зросла на 5,3 відсоткових пункти, хоча слід відмітити, що за цей період показник зазнав істотних коливань.

Визначення ефективності використання кожного із економічного ресурсу не в повному обсязі розкриває стан виробництва та його ефективність. З метою більш достовірного і повного визначення показників виробничої і фінансової діяльності фермерського господарства та її ефективності скористаємося відповідними показниками, якими оцінимо діяльність в цілому (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Основні показники виробничо-фінансової діяльності підприємства

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Площа сільсько-господарських угідь, га	4	5	5	125,0
в т.ч. рілля	4	5	5	125,0
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1695,7	2326,9	1932,5	114,0
Середньорічна вартість оборотного капіталу, тис. грн.	975,7	1284,6	1073,3	110,0
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	2156,3	2564,3	3011,6	139,7
Середньорічна чисельність працівників, осіб	6	8	9	150,0
Врожайність лохини, ц/га	36,4	42,6	46,64	128,1
Отримано на 1 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.				
– чистого доходу	539,08	512,86	602,32	111,7
– чистого прибутку	81,7	8,96	105,38	129,0
Отримано чистого доходу, грн.:				
– на 100 грн. основних виробничих фондів	127,16	110,20	155,84	122,6
– на одного середньорічного працівника	359,38	320,54	334,62	93,1
– на одну люд.-год.	186,05	169,04	174,28	93,7
Рівень рентабельності, %	17,86	1,77	21,21	+3,35 в.п.
Рівень рентабельності продаж, %	15,16	1,74	17,50	+2,34 в.п.

В табл. 2.5 аналіз діяльності господарства в цілому показав зростання натуральних і вартісних показників ефективності, майже по всіх показниках.

Так, врожайність основної сільськогосподарської культури, яка визначає спеціалізацію господарства, зросла на 28,1% і наближається поступово до свого максимуму, оскільки продуктивність цієї культури (вихід з одного куща) досягається на 5-7 рік плодоношення, а так як дана культура вирощується лише три роки, то доречно її щорічне поступове зростання врожайності.

В розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь зросла виручка і прибуток на 11,7% та 29% відповідно. Зросла віддача від використання основного капіталу фермерського господарства на 22,6%. Негативною тенденцією є зниження продуктивності праці в розрахунку на одного працівника і одну людину-годину на 6,9% і 6,3% відповідно.

Рівень рентабельності зріс на 3,35 в.п., а рентабельність продажу на 2,34 в.п., що свідчить про зростання ефективності діяльності господарства в цілому. Отже, дані ресурси формують базу для виконання виробничих операцій, господарських процесів у діяльності господарства.

2.2. Обсяги виробництва продукції, її якість та попит на неї

Український аграрний ринок продовжує розширювати асортимент продукції, налагоджуючи вітчизняне виробництво нетипових для споживачів нішевих ягід. Однією із таких культур є лохина, яка є нині однією із найбільш перспективних плодово-ягідних культур. Вона є однією з найбільш розповсюджених ягідних культур, яка введена людством у культуру споживання на початку ХХ ст.

Фермерське господарство спеціалізується на вирощуванні ягід та овочів. Основні показники виробництва сільськогосподарських культур в господарстві представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Валове виробництво сільськогосподарської продукції

Показник	2019	2020	2021	2021 в % до 2019
Лохина				
Площа насаджень, всього	2	3	3	150,0
В т.ч. плодоносному віці	1	2	2	200,0
Врожайність, ц/га	36,4	42,6	46,64	128,1
Валовий збір, ц	36,4	85,2	93,28	256,3
Суниця				
Площа насаджень, всього	1,0	1,0	1,0	100,0
Врожайність, т/га	6,8	7,1	7,8	114,7
Валовий збір, т	10,3	12,6	13,0	114,7
Овочі (капуста)				
Площа посіву, га	1,0	1,0	1,0	100,0
Врожайність, т/га	43,6	44,8	45,9	105,3
Валовий збір, т	43,6	44,8	45,9	105,3

Як свідчать показники табл. 2.6, основною сільськогосподарською культурою є лохина. Зазначена культура визначає економіку господарства, її виробництво щороку збільшується, що пов'язано з входженням в плодоносний, найбільш продуктивний стан кущів цієї культури. Валовий збір культури збільшився в 2,56 рази, на що вплинуло щорічне зростання врожайності. Поглиблений аналіз врожайності та тенденції щодо її змін дають ряди динаміки (табл. 2.7)

Таблиця 2.7

Врожайність лохини в фермерському господарстві

Рік	Врожайність, ц/га	Абсолютний приріст, грн.		Темп зростання, %		Темп приросту, %	
		до 2019	до поперед.	до 2019	до поперед.	до 2019	до поперед.
2019	36,4	-	-	-	-	-	-
2020	42,6	6,2	6,2	117,0	117,0	17,0	17,0
2021	46,64	10,24	4,04	128,1	109,5	28,1	9,5

В фермерському господарстві за базовим методом підрахунку, як свідчать дані табл. 2.7, врожайність зростала більш прискореними темпами, а за ланцюговим методом з 2020 р. темп зростання уповільнився.

Для наочного відображення побудуємо графік тренду для цього показника (рис. 2.1).

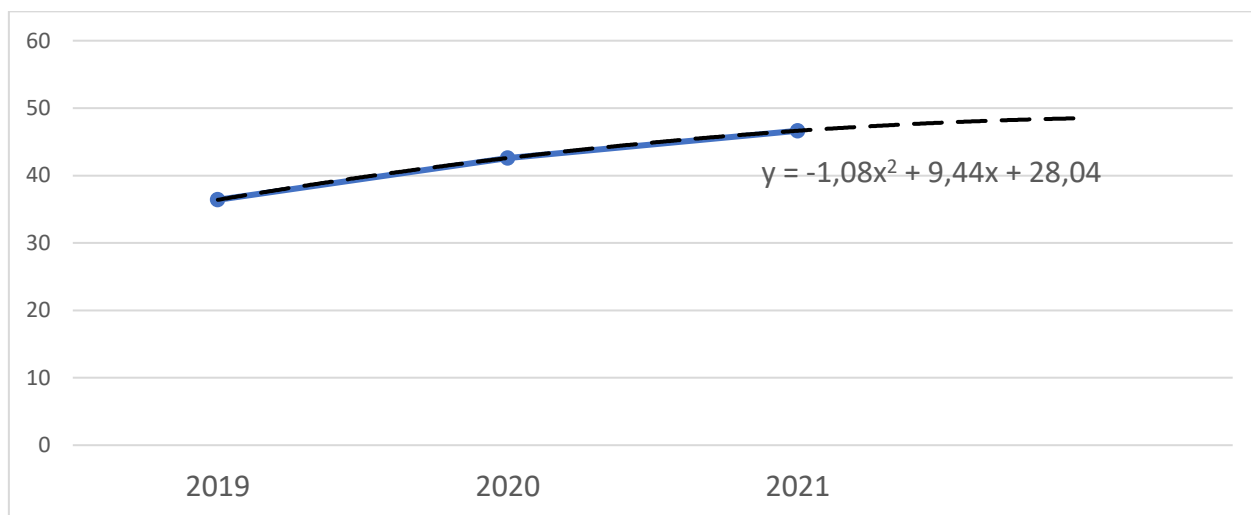


Рис. 2.1 Аналітичне вирівнювання врожайності лохини в фермерському господарстві

В фермерському господарстві культуру вирощують третій рік, її продуктивність (врожайність) щороку змінюється, підвищуючи поступово свій рівень. Підтверджує це рівняння параболічного тренду в якому щорічне зростання складає 9,44 ц на гектар, однак щорічний приріст уповільнюється на 1,08 ц на гектар. Свого найвищого рівня врожайності ця культура досягає на 5-7 рік плодоношення, тому і спостерігаємо уповільнення зростання цього показника з роками.

Виробництво інших сільськогосподарських культур показують не такі значні результати. Валовий збір суниць зріс на 14,7%, а капусти – на 5,3%. В зв'язку з цим розглянемо вплив на економіку господарства саме такої сільськогосподарської культури - лохини (табл. 2.8).

Як показують дані, виробництво лохини є визначальним для економіки фермерського господарства. Так, площа посадки цієї культури в господарстві зросла на 10 в.п., займає весь період досліджень 50-60% всіх посівних площ, а

питома вага грошових надходжень від лохини до всіх надходжень коливається в межах 65,9% в 2019 р. до 76,9% до 2021 р.

Таблиця 2.8

Вплив виробництва лохини на економіку господарства

Рік	Питома вага в загальній площі ріллі, %	Виручка від реалізації, тис. грн.			Питома вага грошових надходжень від лохини до всіх надходжень, %
		Всього	в тому числі від:		
			лохини	іншої продукції	
2019	50,0	2156,3	1421,0	735,3	65,9
2020	60,0	2564,5	1979,79	584,71	77,2
2021	60,0	3011,6	2315,92	695,68	76,9

При вирощуванні сільськогосподарських культур більш конкурентоспроможними і рентабельними є ті господарства, які більш виважено використовують фінансові, матеріальні та трудові ресурси, не допускають псування виробничих ресурсів та готової продукції, нераціональне застосування коштів тощо. В фермерському господарстві чітко дотримуються технології вирощування лохини, суниці та капусти, що зумовило майже однакові умовно-постійні витрати на гектар. Розглянемо в цілому структуру витрат (за елементами) на вирощування цих культур в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Склад і структура витрат на вирощування сільськогосподарських культур

Показник	2019		2020		2021		2021 в % до 2019
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	
Матеріальні витрати (сировина, добрива, паливо)	1363,0	74,5	1831,9	72,7	1759,2	70,8	129,1
Оплата праці	186,6	10,2	287,3	11,4	313,1	12,6	167,8
Відрахування на оплату праці	40,3	2,2	62,9	2,5	68,5	2,8	170,0
Амортизація основних засобів	113,4	6,2	161,3	6,4	154,1	6,2	135,9
Інші витрати	126,2	6,9	176,4	7,0	188,8	7,6	149,6
Всього витрат	1829,5	100	2519,8	100	2484,7	100	135,8

З табл. 2.9 видно, що структура витрат на вирощування сільськогосподарських культур зазнала незначних змін. Так, матеріальні витрати зменшилися на 3,7 в.п., зросли витрати на оплату праці з відрахуваннями на 3 в.п.. Витрати на оновлення основних засобів (амортизація) не змінилися, а інші витрати зросли на 0,7 в.п. Загальна сума витрат на вирощування сільськогосподарських культур зросла на 35,8%, що пов'язано зі зростанням цін на паливо-мастильних матеріалів, мінімальної заробітної плати, вартості виробничих засобів тощо. Витрати на оплату праці з відрахуваннями зросли найбільше на – 70%, що пов'язано зі зростанням чисельності працівників на 50%. Ця обставина пов'язана з тим, що в період збирання врожаю залучають сезонних і тимчасових працівників. Збирання врожаю – найбільш трудомісткий процес у вирощуванні ягідних культур і овочів. Ягоди збирають вручну, і оскільки їх дозрівання неодночасне (на окремих гілках та на кущі в цілому), збирання проводиться впродовж досягання ягід за місяць і більше. Зі зростанням витрат на оплату праці збільшуються і відрахування на соціальні заходи.

Матеріальні витрати зросли за три роки на 29,1%, що пов'язано зі зростанням обсягів виробництва. Це витрати на агротканину, яка застосовується при посадці ягід (лохини) з метою захисту від бур'янів; вартість придбаних садженців; мінеральних добрив; торфу, який вноситься під кущі (мульчування) та застосовується в певній мірі як додатковий рівень захисту у боротьбі з бур'янами, а також для збереження вологи в поверхневому пласті, що важливо для приживання молодих рослин і формування врожаю у продуктивному віці; вартість гербіцидів. Частину матеріальних витрат складають витрати на електроенергію (полив). Враховуючи спекотні літні місяці особливо важливо підтримувати нормальний режим вологості, щоб рослини могли захистити себе від перегріву. Підвищенні вимоги до зволоження лохина має під час дозрівання ягід. Недостатня кількість волого в цей період знижує не лише врожай поточного року, але й формує меншу кількість бруньок на наступний рік, що

призводить до зниження майбутнього врожаю навіть за сприятливих кліматичних умов. В фермерському господарстві для запобігання таких наслідків потурбувалися про систему штучного поливу, що вплинуло на зростання витрат на амортизацію основних засобів на 35,9%.

Отже, витрати є одним з критеріїв, які визначають конкурентні позиції продукції на локальному чи регіональному ринках. Однак вони є не єдиним фактором, до такого чинника можна віднести і виручку від реалізації продукції, яка залежить від середньої ціни та кількості продукції.

Надходження виручки в фермерське господарство відбувається з різних каналів, так як воно здійснює продаж сільськогосподарської продукції на умовах оптового та роздрібного продажу, останній в тому числі передбачає самозбір. За умов оптової торгівлі господарство має переваги у продажу великих обсягів продаж та менших витрат часу на процес продажу, до недоліків реалізації цим каналом можна віднести відсутність прямого контакту зі споживачами та можливі значні коливання ціни. Так як ФГ «Бакка» знаходиться в зручному для продажу місці воно реалізує частину своєї продукції в роздріб. Перевагами даного каналу продажу є висока ціна на продукцію, має менші коливання ціни та є в наявності прямий контакт зі споживачами. Недоліками є значні витрачання часу на продаж, потрібна певна інфраструктура для продажу та необхідно залучати і утримувати споживача.

Так як вже було зазначено господарство знаходиться в зручному місці для клієнтів то використовує в своїй господарській практиці – самозбір. Враховуючи, що для його проведення не потрібні працівники для збору продукції та є пряма взаємодія зі споживачами. До його недоліків можна віднести поганий або недостатній збір ягід (до 1/3 плодів, враховуючи перестиглі, можуть залишитися на кущах). У такому випадку може бути застосовувана так мовити система бонусів: чим більше перестиглих плодів було зібрано разом зі стиглими, тим менша ціна. Також, велика кількість збиральників ягід значно ущільнює площу та необхідні значні зусилля на організацію самозбору і рекламу.

Розглянемо за якими каналами фермерське господарство реалізує вирощувану сільськогосподарську продукцію (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Канали реалізації сільськогосподарської продукції, %

Канал реалізації	2019	2020	2021
Лохина			
Оптові покупці	70,8	78,6	85,4
Роздрібна торгівля	29,2	21,4	14,6
Всього	100,0	100,0	100,0
Суниця			
Оптові покупці	90,5	92,5	95,8
Роздрібна торгівля	9,5	7,5	4,2
Всього, т	100,0	100,0	100,0
Овочі (капуста)			
Оптові покупці	98,0	98,0	99,0
Роздрібна торгівля	2,0	2,0	1,0
Всього, т	100,0	100,0	100,0

Реалізація всіх сільськогосподарських культур відбувається переважно оптовим покупцям, що впливає на ціну реалізації цих культур. Торгівля в роздріб займає найменшу питому вагу при реалізації капусти, найбільшу питому вагу займає роздрібна торгівля лохини (14,6% в 2021 р.). Продаж суниці за цим каналом складає 4,2% в 2021 р., тобто всі культури збільшили частку оптової торгівлі і зменшили роздрібну торгівлю. Так як обсяг продажу змінювався по роках розглянемо зміну ціни і рівня рентабельності цих культур в господарстві (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Динаміка рівня рентабельності і ціни реалізації
сільськогосподарських культур**

Культура	Показник	2019	2020	2021	2021 до 2019	
					+,-	%
Лохина	Рівень рентабельності, %	18,9	3,75	27,5	+8,6 в.п.	-
	Середня ціна 1 кг, грн.	220,0	232,4	248,2	28,2	112,8
Суниця	Рівень рентабельності, %	13,2	1,8	18,6	+5,4 в.п.	-
	Середня ціна 1 кг, грн.	60	55	80	10,0	120,0
Капуста	Рівень рентабельності, %	21,48	-0,24	17,53	-3,95 в.п.	-
	Середня ціна 1 кг, грн.	6	7	10	4,0	166,7

В табл. 2.11 відображено динаміку рентабельності і ціни реалізації сільськогосподарських культур і простежується зростання ціни на всі їх види. Найбільше зростання середньої ціни реалізації спостерігається по капусті, її розмір зріс на 66,7%. Найбільш високу ціну має лохина і її розмір також зростає, хоча і менш швидкими темпами, ніж по іншим культурам.

При виробництві цієї культури (лохини) і її реалізації господарство отримує найвищий рівень рентабельності 27,5% в 2021 р, найнижчий рівень – 17,53 % має реалізація капусти.

Отже, із вирощуваної сільськогосподарської продукції найбільш ефективною є лохина. Крім того, дана ягода має високі якісні характеристики. Так, вона є важливим джерелом надходження біологічно активних речовин та вітамінів в організм людини, що використовуються для лікування шлункових захворювань. Плоди лохини також підвищують міцність кровоносних капілярів, регулюють роботу залоз внутрішньої секреції, мають протиатеросклеротичну, протизапальну та протипухлинну дію. Лохина багата на вітаміни С, Е, в помірних кількостях у ній містяться залізо, цинк, магній, калій, фосфор.

Все це зумовлює більш поглиблений аналіз і визначення рівня конкурентоспроможності вирощування в фермерському господарстві саме цієї сільськогосподарської культури – лохини.

2.3. Вплив основних факторів на конкурентоспроможність виробництва продукції

При оцінці конкурентоспроможності виробництва продукції в фермерському господарстві зосередимо основну увагу на тій культурі яка забезпечує основні грошові надходження, на лохині. Так як конкурентоспроможність є відносною категорією і для її визначення необхідний об'єкт для порівняння, то проведемо діагностику цієї категорії по

основним технічним і економічним параметрам виробництва і якості цієї сільськогосподарської культури. Виробництво лохини в Дніпровському районі Дніпропетровської області є доволі рідкісним явищем, тому знайти основних виробників-конкурентів цієї продукції із регіону було складно, оскільки як нижче буде зазначено відрізняються за порівнянням основні ресурсні компоненти.

Одним з виробників є лохини ФГ «Воскресіння» розташоване в с. Чумаки Дніпропетровського району, земельна площа виділена під вирощування цієї ягоди в господарстві складає 0,5 га.

Іншим виробником є ФГ «Джерело» розташоване в м. Підгородне Дніпровського району. Площі, на яких вирощують цю культуру – 0,9 га.

Обидва ці фермерські господарства розташовані в Дніпропетровській області, мають невеликі земельні площі відведені під лохину і є основними постачальниками цієї ягоди на ринок Дніпра і Дніпровського, Новомосковського району та інших районів області.

Аналіз конкурентоспроможності вирощування лохини в фермерських господарствах розпочнемо з натуральних показників (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Валове виробництво лохини в фермерських господарствах

Показник	2019	2020	2021	2021 в % до 2019
ФГ «Бакка»				
Площа насаджень, всього	2	3	3	150,0
В т.ч. плодоносному віці	1	2	2	200,0
Врожайність, ц/га	36,4	42,6	46,64	128,1
Валовий збір, ц	36,4	85,2	93,28	256,3
ФГ «Воскресіння»				
Площа насаджень, всього	0,5	0,5	0,5	100,0
Врожайність, т/га	54,7	56,6	61,2	111,9
Валовий збір, т	27,35	28,3	30,6	111,9
ФГ «Джерело»				
Площа посіву, га	0,9	0,9	0,9	100,0
Врожайність, т/га	66,4	66,8	70,1	105,6
Валовий збір, т	59,76	60,12	63,09	105,6

Як видно з табл. 2.12 за показниками валового виробництва лохини найкращих результатів досягло ФГ «Бакка». Стосовно врожайності цієї культури то основні конкуренти мають значно вищі показники, які в 1,5-2 рази перевищують досліджуване. Дана обставина свідчить, що в двох інших ФГ «Воскресіння» і ФГ «Джерело» ця культура досягла свого максимуму за врожайністю, так як вирощують її більше 5 років в цих господарствах.

Графічно відобразимо обсяги валового виробництва лохини в ФГ «Бакка» і його основних конкурентів (рис. 2.2).

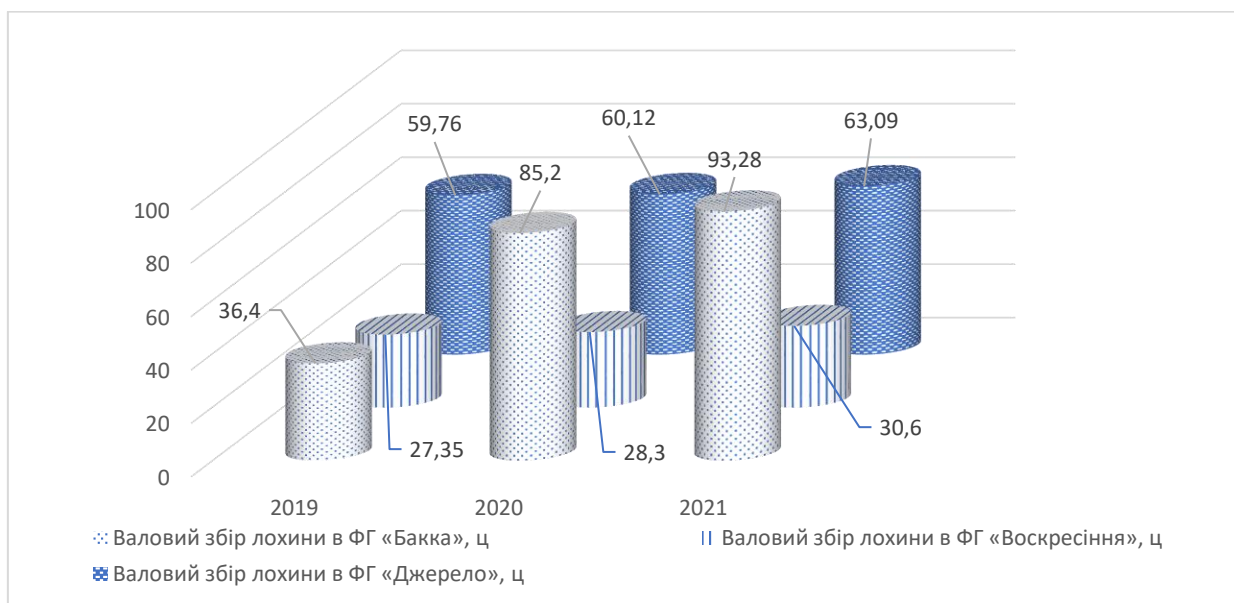


Рис. 2.2 Діаграма валового виробництва лохини фермерськими господарствами Дніпровського району за 2019-2021 рр, ц

Крім натуральних показників розглянемо основні економічні показники виробництва лохини в фермерських господарствах за три роки (табл. 2.13).

Як видно з табл. 2.13, виробництво лохини в усіх трьох господарствах було ефективним. Середня ціна реалізації цієї культури була майже однакова для цих господарств і коливається в межах 210-250 грн., а от собівартість виробництва продукції коливалась більш суттєво в цих господарствах. Рівень рентабельності виробництва і реалізації лохини був найвищий в ФГ «Бакка», а найнижча ефективність виробництва цієї культури була в ФГ «Воскресіння». Приріст рівня рентабельності був найвищим серед усіх господарств у ФГ «Бакка» (8,6 в.п.).

Таблиця 2.13

Ефективність виробництва лохини в фермерських господарствах

Показник	2019	2020	2021	2021 в % до 2019
ФГ «Бакка»				
Середня ціна 1 кг, грн.	220,0	232,4	248,2	112,8
Собівартість 1 кг, грн.	185,03	224,0	194,7	105,2
Прибуток на 1 кг, грн.	34,97	8,4	53,5	153,0
Рівень рентабельності, %	18,9	3,75	27,5	+8,6 в.п.
Рівень рентабельності продаж, %	15,9	3,61	21,6	+5,7 в.п.
ФГ «Воскресіння»				
Середня ціна 1 кг, грн.	218,4	226,5	250,0	114,5
Собівартість 1 кг, грн.	196,8	225,0	220,0	111,8
Прибуток на 1 кг, грн.	21,6	1,5	30,0	138,9
Рівень рентабельності, %	11,0	0,7	13,6	+2,6 в.п.
Рівень рентабельності продаж, %	9,9	0,7	12,0	+2,1 в.п.
ФГ «Джерело»				
Середня ціна 1 кг, грн.	210,0	230,0	245,0	116,7
Собівартість 1 кг, грн.	188,6	210,4	206,7	109,6
Прибуток на 1 кг, грн.	21,4	19,6	38,3	179,0
Рівень рентабельності, %	11,3	9,3	18,5	+7,2 в.п.
Рівень рентабельності продаж, %	10,2	8,5	15,6	+5,4 в.п.

Цінова конкурентоспроможність на 2021 р. була найвищою і значимою в ФГ «Бакка», тобто фермерське господарство може майже на 22% знизити ціну на лохину і отримувати нульовий прибуток, а до цього рівня – отримувати прибуток. В той же час для ФГ «Воскресіння» цей показник складає лише 12%, а для ФГ «Джерело» - 15,6%, тобто цінова конкурентоспроможність є найвищою для досліджуваного фермерського господарства.

Визначені показники в табл. 2.12 і 2.13 характеризують економічні та технічні показники ефективності виробництва лохини в фермерських господарствах, однак більш детальніше можливо проаналізувати конкурентоспроможність виробництва лохини за допомогою інтегрального показника конкурентоспроможності, методика розрахунку передбачає визначення індексів якості і ціни. В результаті аналізу технічних параметрів виробництва встановлено, що в фермерських господарствах вирощують такі сорти лохини Duke, Ліберті, Трапер, Херон та Аврора. Ягоди цих сортів мають

суттєві відмінності у розмірно-вагових та якісних показниках, які зумовлені формовою різноманітністю. Наприклад, середня маса однієї ягоди у різних сортів може відрізнятися в два і більше разів, що відповідно позначиться і на ціні. Крім того, спостерігається значна відмінність по крупності ягід залежно від часу їх збору (перший, другий збір), що зумовлено досить розтягнутим періодом плодоношення. В табл. 2.14 зробимо аналіз характеристики продуктивних якостей лохини за різними сортами.

Таблиця 2.14

Характеристика продуктивних якостей лохини

Показник	Сорт				
	Duke	Ліберті	Трапер	Херон	Аврора
Маса з 1 куща, кг	5,5	2,8	3,8	4,1	3,3
Стиглість	ранній	середній	ранній	пізній	середній
Строк зберігання, днів	19	14	12	7	12
Стійкість до заморозків, °С	до -10	до -9	до -5	до -6	-5 -7
Розмір ягід	крупна	крупна	середня	середня	середня
Смакові якості:					
- виражений смак	+	+	-	+	-
- солодкість	висока	середня	середня	низька	середня

За цими технічними (якісними) характеристиками було проведено опитування серед контрагентів щодо важливості окремих параметрів лохини у формуванні їх споживчої цінності та якості, проведені за 10-ти бальною шкалою (0 балів - фактор не важливий; 10 балів – фактор дуже важливий). Результати цього опитування представлено в табл. 2.15.

Також на основі отриманих значень розрахуємо групові показники по технічних параметрах для лохини в ФГ «Бакка» та його конкурентів:

$$I_{TP} \text{ для ФГ «Бакка»} = 4,9 * 0,4 + 4,8 * 0,12 + 7,2 * 0,37 + 3,9 * 0,11 = 1,96 + 0,58 + 2,66 + 0,43 = 5,63$$

$$I_{TP} \text{ для ФГ «Воскресіння»} = 4,7 * 0,4 + 5,3 * 0,12 + 6,4 * 0,37 + 4,0 * 0,11 = 1,88 + 0,64 + 2,37 + 0,44 = 5,33$$

$$I_{TP} \text{ для ФГ «Джерело»} = 4,8 * 0,4 + 6,0 * 0,12 + 5,9 * 0,37 + 3,6 * 0,11 = 1,92 + 0,72 + 2,18 + 0,4 = 5,22$$

Таблиця 2.15

**Експертні оцінки важливості окремих параметрів
у формуванні якості лохини в ФГ «Бакка»**

Показники	Значимість показників	ФГ «Бакка»	ФГ «Воскресіння»	ФГ «Джерело»
Термін придатності	0,40	4,9	4,7	4,8
Розмір ягоди	0,12	4,8	5,3	6,0
Смакові якості	0,37	7,2	6,4	5,9
Умови зберігання	0,11	3,9	4,0	3,6
Ціна продукції, в балах	-	0,91	0,96	0,97
Рівень конкурентоспроможності	-	1,1	1,04	1,03

Відповідно до проведених розрахунків щодо технічних параметрів продукції ФГ «Бакка» є переважаючою і як до якісних (технічних) показників ФГ «Воскресіння» та ФГ «Джерело». Проте, якщо врахувати економічні параметри, то така ситуація майже зміниться:

$$I_{EP} \text{ для ФГ «Бакка»} = 5,63 * 0,91 = 5,12$$

$$I_{EP} \text{ для ФГ «Воскресіння»} = 5,33 * 0,96 = 5,12$$

$$I_{EP} \text{ для ФГ «Джерело»} = 5,22 * 0,97 = 5,06.$$

Отже, сільськогосподарська продукція (лохина) ФГ «Бакка» дещо перевищує за своїми економічними та якісними властивостями своїх основних конкурентів ФГ «Воскресіння» та ФГ «Джерело» у конкурентоспроможності. Стосовно значення інтегрального показника конкурентоспроможності зазначимо, що в усіх фермерських господарствах цей показник був вищий 1, тобто всі вони вирощують конкурентоспроможну продукцію. Однак за значенням самого показника найбільшого рівня досягли за конкурентоспроможністю саме в ФГ «Бакка» (1,1). Проте, така оцінка є досить суб'єктивною, оскільки тут не враховуються такі особливості ринку як середньомісячний дохід споживача, особливі вподобання, соціальний статус тощо.

Висновки до другого розділу.

Аналіз діяльності ФГ «Бакка» в цілому показав зростання натуральних і вартісних показників ефективності, майже по всіх показниках. Так, врожайність основної сільськогосподарської культури - лохини, яка визначає спеціалізацію господарства, зросла на 28,1% і наближається поступово до свого максимуму, оскільки продуктивність цієї культури (вихід з одного куща) досягається на 5-7 рік плодоношення, а так як дана культура вирощується лише три роки, то доречно її щорічне поступове зростання врожайності.

В розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь зросла виручка і прибуток на 11,7% та 29% відповідно. Зросла віддача від використання основного капіталу фермерського господарства на 22,6%. Негативною тенденцією є зниження продуктивності праці в розрахунку на одного працівника і одну людину-годину на 6,9% і 6,3% відповідно.

Рівень рентабельності зріс на 3,35 в.п., а рентабельність продажу на 2,34 в.п., що свідчить про зростання ефективності діяльності господарства в цілому. Отже, дані ресурси формують базу для виконання виробничих операцій, господарських процесів у діяльності господарства.

Основною сільськогосподарською культурою є лохина. Зазначена культура визначає економіку господарства, її виробництво щороку збільшується, що пов'язано з входженням в плодоносний, найбільш продуктивний стан кущів цієї культури. Валовий збір культури збільшився в 2,56 рази, на що вплинуло щорічне зростання врожайності. В фермерському господарстві культуру вирощують третій рік, її продуктивність (врожайність) щороку змінюється, підвищуючи поступово свій рівень. Підтверджує це рівняння параболічного тренду в якому щорічне зростання складає 9,44 ц на гектар, однак щорічний приріст уповільнюється на 1,08 ц на гектар. Свого найвищого рівня врожайності ця культура досягає на 5-7 рік плодоношення, тому і спостерігаємо уповільнення зростання цього показника з роками.

Реалізація всіх сільськогосподарських культур відбувається переважно оптовим покупцям, що впливає на ціну реалізації цих культур. Торгівля в

роздріб займає найменшу питому вагу при реалізації капусти, найбільшу питому вагу займає роздрібна торгівля лохини (14,6% в 2021 р.). Продаж суниці за цим каналом складає 4,2% в 2021 р., тобто всі культури збільшили частку оптової торгівлі і зменшили роздрібну торгівлю.

Аналіз конкурентоспроможності виробництва лохини здійснено відносно основних конкурентів - ФГ «Воскресіння» і ФГ «Джерело». Найкращих валових показників виробництва досягло ФГ «Бакка». Стосовно врожайності цієї культури то основні конкуренти мають значно вищі показники, які в 1,5-2 рази перевищують досліджуване. Дана обставина свідчить, що в двох інших ФГ «Воскресіння» і ФГ «Джерело» ця культура досягла свого максимуму за врожайністю, так як вирощують її більше 5 років в цих господарствах.

Виробництво лохини в усіх трьох господарствах було ефективним. Середня ціна реалізації цієї культури була майже однакова для цих господарств і коливається в межах 210-250 грн., а от собівартість виробництва продукції коливалась більш суттєво в цих господарствах. Рівень рентабельності виробництва і реалізації лохини був найвищий в ФГ «Бакка», а найнижча ефективність виробництва цієї культури була в ФГ «Воскресіння». Приріст рівня рентабельності був найвищим серед усіх господарств у ФГ «Бакка» (8,6 в.п.).

Цінова конкурентоспроможність на 2021 р. була найвищою і значимою в ФГ «Бакка», тобто фермерське господарство може майже на 22% знизити ціну на лохину і отримувати нульовий прибуток, а до цього рівня – отримувати прибуток. В той же час для ФГ «Воскресіння» цей показник складає лише 12%, а для ФГ «Джерело» - 15,6%, тобто цінова конкурентоспроможність є найвищою для досліджуваного фермерського господарства.

При розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності для лохини встановлено, що в ФГ «Бакка» вищі за економічними та якісними властивостями своїх основних конкурентів ФГ «Воскресіння» та ФГ «Джерело» у конкурентоспроможності. Стосовно значення інтегрального

показника конкурентоспроможності зазначимо, що в усіх фермерських господарствах цей показник був вищий 1, тобто всі вони вирощують конкурентоспроможну продукцію. Однак за значенням самого показника найбільшого рівня досягли за конкурентоспроможністю саме в ФГ «Бакка» (1,1). Проте, така оцінка є досить суб'єктивною, оскільки тут не враховуються такі особливості ринку як середньомісячний дохід споживача, особливі вподобання, соціальний статус тощо.

РОЗДІЛ 3. РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Основні стратегічні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції

Конкурентоспроможність забезпечує поряд з багатьма компонентами і конкурентоспроможністю виробництва, яку необхідно розглядати як об'єкт управління, який має свої особливості. Управління конкурентоспроможністю виробництва повинно стати складовою частиною стратегічного управління виробництвом. Потреба в стратегічному управлінні виробництвом зумовлена необхідністю розуміння керівництвом місця, характеру і можливостей виробництва в майбутньому з урахуванням кризових явищ в економіці, обмежених інвестиційних можливостей і інших несприятливих факторів зовнішнього оточення. В умовах високої турбулентності керівництву підприємства слід оцінити виробничий потенціал і рівень його конкурентоспроможності для формування стратегічних цілей щодо розвитку виробництва.

Запропоновано керівництву підприємств в умовах турбулентності при формулюванні цільових установок та формуванні виробничої стратегії використовувати сценарний підхід, відповідно до якого розробляються кілька варіантів розвитку виробництва, залежно від значення ключових для виробництва показників зовнішнього стану та внутрішнього середовища.

Прискорення інноваційної активності та посилення конкуренції на світовому ринку постійно орієнтують виробників на виробництво продукції, яка б у майбутньому на момент її випуску характеризувалася відносно високою якістю, низькою ціною споживання та кращими збутовими та сервісними властивостями порівняно з аналогічними продуктами-конкурентами.

Стратегічна конкурентоспроможність формується шляхом комплексної та багатофакторної роботи з підтримки, посилення та пошуку нових джерел конкурентних переваг через ефективну організацію внутрішніх процесів та особливостей системи управління аграрним підприємством.

Забезпечення стратегічного рівня конкурентоспроможності пов'язані з реалізацією довгострокової політики формування інвестицій та основі – інноваційного розвитку підприємства, що пов'язані з необхідністю використання під час прогнозування конкурентоспроможності тимчасового лага 10 і більше років. Тому в сучасних умовах виробник напередодні до виробництва нової чи модернізованої продукції змушений прогнозувати та планувати потенційний рівень стратегічної її конкурентоспроможності, передбачати заходи щодо її забезпечення.

Рівень її має бути стратегічно запобіжним. При розрахунку необхідно враховувати комплекс чинників ризику природно-кліматичних умов виробництва, майбутні зміни на ринку, у системі державного регулювання конкурентоспроможності економіки.

Потенційний (прогнозний чи запланований) рівень стратегічної конкурентоспроможності продукції – це рівень конкурентоспроможності, яким має мати нова, модернізована чи існуюча продукція у майбутньому проти прогнозним (планованим) рівнем продукції конкурента.

Прогнозування стратегічної конкурентоспроможності підприємства базується на встановленні прогнозних показників конкурентоспроможності продукції порівняно з аналогічною продукцією конкурентів, які (показники) будуть використані для розробки економічно вигідних видів продукції на основі виявлення та забезпечення перспективних вимог споживачів до номенклатури, асортименту та якості продукції, визначення науково-технічних, інноваційних та інвестиційних та економічних можливостей підприємства у майбутньому. Оцінити переваги і намітити орієнтири розвитку виробництва сільськогосподарської продукції для кожного підприємства можливо, якщо враховувати стан галузі в регіоні. Так, Дніпропетровська

область за станом аграрного виробництва характеризується наступними сильними і слабкими сторонами (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Стан аграрного виробництва Дніпропетровської області

Сильні сторони сільськогосподарського виробництва	Слабкі сторони сільськогосподарського виробництва
Природний фактор	
- питомий вага земель сільськогосподарського призначення, в тому числі рілля, оцінка землі	- вивільнення з обороту земель сільськогосподарського призначення; втрата родючості ґрунту
Трудовий фактор	
- частка сільського населення - щільність населення	- демографічна ситуація (від'ємний приріст населення, старіння, міграція сільського населення в міста та за кордон); велика частка низько кваліфікованої праці
Техніко-технологічний фактор	
- заміна застарілого обладнання - впровадження сучасного обладнання і технологій	- рівень зносу основних виробничих засобів
Організаційно-економічний фактор	
- рівень маркетингу сільсько-господарської продукції; - вихід на новий ринок - різноманіття форм господарювання	- низький рівень менеджменту; - недостатня горизонтальна і вертикальна інтеграція аграрних підприємств
Соціально-економічний фактор	
- наявність економічної політики; - інвестиційна привабливість	- низька оплата праці і рівень життя.

Як бачимо аграрне виробництво має в області як можливості для розширення сільськогосподарського виробництва, так і перепони до його розвитку. Всі ці складові аграрним підприємствам обов'язково необхідно враховувати при проведенні стратегічного управління і планування господарської діяльності.

Безпосередньо процес стратегічного управління аграрним виробництвом можна представити у вигляді певної моделі (рис. 3.1).

В межах планування конкурентоспроможності слід виокремити найбільш важливі для його майбутнього розвитку конкурентні переваги його продукції та сконцентрувати на них зусилля та планові заходи.

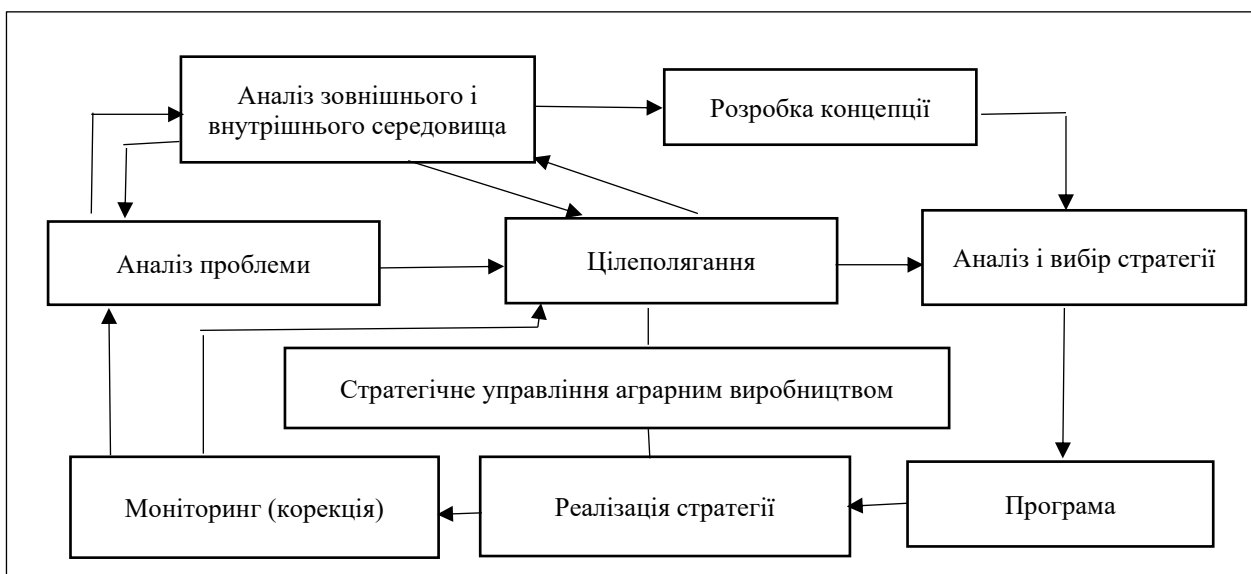


Рис.3.1 Процес стратегічного управління аграрним виробництвом

Конкурентну перевагу продукції слід обирати, якщо вона відповідає таким вимогам:

- важливості - обрана конкурентна перевага приносить більше вигод та користь клієнтам;
- унікальності – якості продуктів, які відсутні у конкурентів;
- доступності – продукція і її ареол розміщення в доступі для продажу великій кількості потенційних покупців;
- прибутковості;
- неповторності – конкурентам важко запозичити цю перевагу;
- доступність за ціною.

В якості інструментів стратегічного аналізу виробничого потенціалу підприємства у тісному взаємозв'язку з ситуацією у зовнішньому середовищі для виявлення ролі кожного фактору можна використати SWOT-аналіз і його модифікацію SNW-підхід.

При складанні списку сильних і слабких сторін під час використання SNW-підходу, де S – strength (сильна позиція), N – neutral (нейтральна позиція), W – weakness (слабка позиція). В результаті виявляються всі найбільш важливі для виробництва фактори, які характеризують позицію підприємства у порівнянні з конкурентами. По кожному із факторів необхідно

використовувати індикатори для оцінки виробництва. В результаті оцінка виробництва може приймати значення S – вище середнього по галузі рівня, N – середній по галузі рівень, W – нижче середнього по галузі рівень. Результати SNW-аналізу для досліджуваного підприємства ФГ «Бакка» та його основних конкурентів ФГ «Воскресіння» та ФГ «Джерело» при виробництві лохини представимо табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**SNW-аналіз конкурентоспроможності виробництва лохини
в фермерських господарствах**

Індикатори конкурентоспроможності виробництва лохини	Оцінка індикатора в фермерському господарстві		
	«Бакка»	«Воскресіння»	«Джерело»
Виробничі потужності	S	N	W
Технічний рівень виробництва	S	W	N
Параметри організації виробництва	N	N	N
Кадровий потенціал	N	S	S
Інтегральна конкурентна позиція виробництва	N → S	N	N

SNW-аналіз показав, що наближається до вищого рівня по Дніпровському районі рівень конкурентоспроможності виробництва лохини в досліджуваному ФГ «Бакка». Його основні конкуренти відстають за показниками «виробничі потужності» та «технічний рівень виробництва». Основною їхньою перевагою є високий кадровий персонал, так як голови фермерських господарств вже більше десятиліття займаються в цій галузі, у них є досвід роботи і навички. У Голови ФГ «Бакка» досвід роботи у виробництві лохини і в сільському господарстві є не настільки великий, однак він дотримується чітко технології вирощування цієї культури та застосовує систему іригації для поливу. Таким чином, сильні сторони виробництва, особливо його основні компетентності, мають велике значення так як виступають базою, на якій будується виробнича стратегія. Слабкі сторони акцентують увагу на вразливість виробництва, яку необхідно ліквідувати.

Велике значення зовнішні загрози і можливості, тому виробнича стратегія повинна бути направлена на використання сприятливих можливостей і захист від загроз для підприємства.

Прогнозування конкурентоспроможності продукції має будуватися на основі ефективності самого процесу прогнозування, що передбачає оптимальну кількість використання прогнозних параметрів з метою визначення форми та типу тенденції розвитку конкурентоспроможності продукції.

Мінімум вихідних даних визначає достатність використання у розрахунках обмеженої їх кількості, що дозволяє визначити достовірні межі конкурентного інтервалу, сформувані тенденцію конкурентоспроможності та оцінити місце виробленої продукції у середній та довгостроковій перспективі.

З досягненням того чи іншого етапу прогнозного періоду буде необхідно для аналізу конкурентоспроможності продукції використовувати дані про вироблену продукцію, присутні в аналізованому періоді, а також параметри та оцінки, що характеризують зовнішнє середовище, учасників ринку, конкурентів. Таким чином, представлена концепція прогнозування конкурентоспроможності продукції у вигляді сформованих тенденцій розвитку, тоді як кількісні та якісні параметри, а також асортимент та номенклатура виробництва мають бути конкретизовані з урахуванням зміни ринку та зовнішнього середовища.

Ця концепція прогнозування конкурентоспроможності продукції полягає в наступних принципах.

Принцип адекватності. Конкурентоспроможність як сукупність показників якості, маркетингу та ціни повинна бути адекватною умовам ринку, на яких товар пропонується. Ринок, на якому позиціонується товар, має за своїм розвитком відповідати об'єктивному рівню конкурентоспроможності товару.

Адекватність – це рівень затребуваності товару з боку ринку та рівень відповідності товару. Неприйняття ринком будь-якої складової

конкурентоспроможності при об'єктивно високому її рівні, і навіть невідповідність ринку товару призводить до зниження конкурентоспроможності товару, до втрати.

Принцип достатності. Регламентує нижній рівень конкурентоспроможності, визначає, що компоненти конкурентоспроможності мають бути достатніми для забезпечення рівня конкурентоспроможності. Ці компоненти повинні бути строго ранжовані і мати у відсотковому відношенні різну питому вагу, що становить 100% порога конкурентоспроможності. Розміщення по ранжиру узгоджується із зовнішніми та внутрішніми факторами, що впливають на процес забезпечення конкурентоспроможності як на макрорівні, так і на мікрорівні.

Принцип оптимальності. Визначає верхній рівень конкурентоспроможності і показує верхню межу значень показників конкурентоспроможності з необхідним інтервалом конкурентоспроможності, перевищення якої не призведе до подальшого збільшення конкурентоспроможності, призведе до невиправдано високих витрат.

Значне перевищення об'єктивного рівня конкурентоспроможності який завжди забезпечує її довготривалість, оскільки з часом можуть змінюватися ринкові пріоритети, в такий спосіб витрати збільшення рівня конкурентоспроможності може бути невиправдані.

Принцип економічності. Таким чином, принцип економічності визначає ефективність витрат із забезпечення конкурентоспроможності, зіставляючи витрати з результатами досягнення заданого рівня конкурентоспроможності товару. Цей принцип є основою вибору товарної стратегії підприємства, і навіть диверсифікації процесу забезпечення конкурентоспроможності (зміна діяльності, суміжні області, нові товари), що з конкурентоспроможністю підприємства.

Принцип прогресивності. Висуває вимоги до процесу забезпечення конкурентоспроможності як відкритого, динамічного процесу, що поступально розвивається. Визначається напрямком забезпечення

конкурентоспроможності як прогресивне зростання на основі новітніх досягнень та позитивної еволюції суспільних та особистих потреб.

Принцип призначення Кожен товар має відповідати своєму призначенню та потреби, яку має задовольнити. Чим ближче товар відповідає своєму призначенню, що краще він «покриває» потреба, то вище його конкурентоспроможність, визначальна ефективність задоволення потреби.

Принцип функціональної ефективності. Будь-який товар призначений для виконання певних функцій. Принцип визначає ступінь повноти задоволення потреб товаром, визначає необхідні витрати виконання функції, чим обумовлюється ціна споживання товару (ціна задоволення потреби). Чим вища функціональна ефективність товару, тим вища його конкурентоспроможність.

З перерахованих принципів складається зміст концепції прогнозування конкурентоспроможності продукції. У рамках концепції визначено підхід до вдосконалення системи прогнозування конкурентоспроможності продукції, що складається з 3-х етапів (табл. 3.3).

У свою чергу, необґрунтованість визначення цілей та перспектив розвитку підприємства найчастіше призводить до послаблення конкурентних позицій підприємств або навіть до поразки у конкурентній боротьбі.

Таким чином, завдання розробки ринкової стратегії підприємства щодо виробництва певної продукції в сучасних умовах набуває виняткової важливості, тому що в залежності від того, який загальний стратегічний план розвитку вибере підприємство, визначаються його рішення щодо спрямованості конкретних ринкових дій.

Використання стратегічного управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах визначає сутність усієї виробничої та збутової діяльності підприємства: зумовлює її напрямом; визначає структуру маркетингових досліджень: процесів вивчення споживчого попиту, планування асортименту товарів, їх просування ринку та ціноутворення; задає кожному структурному підрозділу підприємства певні цілі, що узгоджуються із загальними цільовими

установками підприємства; ініціює координацію зусиль підрозділів у досягненні поставлених завдань; примушує підприємство оцінювати свої слабкі та сильні сторони з погляду можливостей та загроз з боку навколишнього середовища та конкурентів; моделює альтернативні дії; формує основу для ефективного розподілу наявних ресурсів [16].

Таблиця 3.3

Етапи прогнозування конкурентоспроможності продукції

Етап	Цілі	Актуальність
1. Прогнозування рівня конкурентоспроможності продукції	Обґрунтування кількісної величини та якісною характеристики можливого рівня конкурентоспроможності продукції в майбутньому забезпечення балансу інтересів споживачів та товаровиробників в умовах конкуренції	Кількісне значення прогнозного рівня конкурентоспроможності дозволить підприємствам цілеспрямовано розподіляти зусилля та наявні ресурси, розробляти відповідні стратегії розвитку
2. Прогнозування обсягу продажів продукції	Визначення майбутнього обсягу продажу продукції для планування показників ефективності діяльності. Прийняття своєчасних рішень з диверсифікації виробництва та прогнозним рівнем конкурентоспроможності	Кількісні прогнозні значення максимального обсягу продажів дозволяють підприємствам завчасно розробити заходи, направлені на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, здійснити план її модернізації
3. Прогнозування складових конкурентоспроможності (корисного ефекту та сукупних витрат)	Вибір розрахункової залежності корисного ефекту та сукупних витрат. Оцінка впливу якості на конкурентоспроможність.	Інформацію про оцінку корисного ефекту та сукупних витрат продукції, слід розглядати як інструмент адаптації продукції до ринку та одного з елементів функціонування.

Принцип стратегічного управління конкурентоспроможністю можна представити так: стратегічне управління конкурентоспроможністю є управління підприємством, яке спирається на кадровий потенціал висококваліфікованих і мотивованих співробітників; спрямовано всебічний

розвиток відносин із покупцями з єдиною метою найповнішого задоволення їх потреб; реалізує гнучке регулювання та своєчасне прийняття адекватних рішень на впливи з боку оточення та дозволяє завойовувати конкурентні переваги, що в сукупності дозволяє організації ефективно функціонувати в теперішньому та досягати своєї мети у довгостроковій перспективі.

Цілеспрямоване становлення стратегічного управління в аграрному підприємстві має забезпечити йому не лише виживання, а й успішне функціонування в умовах динамічності та невизначеності ринку на основі вироблення довгострокової стратегії розвитку.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає визначення принципів формування відповідної системи управління, організаційно-технологічних заходів щодо розроблення та реалізації стратегічних управлінських рішень, спрямованих на досягнення зазначеної мети.

Керівництво ФГ «Бакка» ставить стратегічне завдання вихід на нові ринку збуту основної сільськогосподарської культури – лохини. Одним з пріоритетних напрямків є освоєння частки аграрного ринку іноземних країн – Європи, Сходу тощо. Для досягнення цієї мети фермерському господарству з наявними земельними площами і насадженнями лохини вийти на зовнішні ринки самотужки не є реальним, оскільки обсяги виробництва продукції є низькими для таких операцій. Так, на експорт необхідно забезпечити постачання, наприклад, 1 партія в розмірі 1 автомобіля вантажного як правило з одним сортом. З цією метою планується створення спільного проекту з основними виробниками лохини з метою формування пропозиції для виходу на ці ринки. Реалізація сільськогосподарських культур на зовнішні ринки передбачає формування відповідних партій продукції з визначеними якісними характеристиками та відповідними документами (сертифікатами для органічної продукції тощо).

Досягнення цієї мети можливо шляхом об'єднання зусиль фермерів. Це можна робити через розвиток кооперативних принципів, поєднуючи дрібних виробників та власників землі. До таких принципів належать:

- самодопомога (власна ініціатива пайовиків для дотримання спільних економічних інтересів);
- самоврядування (створення внутрішнього порядку через кооперативні органи на основі демократичних рішень);
- особиста відповідальність (відповідальність пайовиків за існування та збереження кооперативу; пайовики вносять необхідний капітал і тим самим покладають на себе відповідальність);
- солідарність (пайовики несуть солідарну відповідальність; всі і кожен окремо відповідальні за спільну справу);
- добровільність (добровільний вступ та вихід із кооперативу);
- відкрите членство (допуск до кооперативу кожного, хто наважується стати пайовиком кооперативу на основі законодавчих та статутних положень);
- ідентичність (пайовики є одночасно власниками та клієнтами або постачальниками кооперативу);
- локальний принцип (радіус діяльності кооперативу обмежується невеликими районами з відносно однорідною структурою потреб пайовиків).

Не можна сказати, що розвиток кооперативних засад це щось нове для країни. Зараз настав час, коли кооперативному руху слід дати друге життя з огляду на минулі помилки та нові можливості. Потрібно таки об'єднувати товаровиробників, представників сфери послуг, власників земельних ділянок та багатьох інших.

Кооперативні принципи - це розвиток регіональної економіки з допомогою ефективного використання внутрішніх ресурсів регіонів, як фінансових, людських, і інших. Принцип територіальності тут є ключовим і це дуже важливо не тільки для вирішення проблем, що виникли у зв'язку з нинішньою кризою, а й у довгостроковій перспективі.

3.2. Впровадження інтенсивних технологій і прогресивно - організаційних заходів

Наразі найважливішими чинниками ефективності господарювання стають економічна доцільність і конкурентоспроможність виробленої продукції. Однією з причин низької конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва є надмірні витрати на обробіток культур, що пояснюються відставанням у науково-технічному забезпеченні, застосуванням застарілих технологій тощо. У структурі собівартості рослинницької продукції переважна більшість витрат має технологічне і технічне походження, тому вдосконалення технології, поліпшення технічних засобів є найважливішими чинниками підвищення їх конкурентоспроможності виробництва [31].

Умови господарювання орієнтовані на отримання економічної вигоди від вкладення коштів у освоєння технології, сучасну техніку, освіту, застосування інших інноваційних розробок. Очевидним є те, що традиційні методи господарювання, застосування високовитратних енергоємних технологій та застарілих низькоефективних моделей машин не можуть забезпечити отримання конкурентоспроможної продукції. Лише інноваційна стратегія підприємства на сьогоднішній день є визначальним фактором виживання в умовах нестабільної ринкової економіки.

Інтенсивні технології формують систему отримання якісної продукції з компенсацією винесення небезпечних хвороб, шкідників та бур'янів, що забезпечує реалізацію потенціалу сорту понад 65%. Основні розробки у технології виробництва стосуються оптимізації сівозмін, застосування мінеральних добрив та засобів захисту рослин та присвячені вдосконаленню машин та прийомів обробітку ґрунту.

Удосконалення технологій вирощування культур у господарстві здійснюється у напрямі зменшення кількості технологічних операцій та оброблюваного шару ґрунту. Прогресивна технологія здійснюється на базі

знань біологічних особливостей зростання, розвитку та використання агротехнічних прийомів, розроблених науковими установами та накопичених практикою.

У землеробстві основу ресурсозбереження лежить пошук шляхів зниження витратності обробітку ґрунту як найбільш трудомісткого процесу. Необхідний ефект досягається через об'єднання та скорочення технологічних операцій на базі ґрунтообробних машин нового покоління, зростання продуктивності культивованих рослин, підвищення ефективності використання природних відновлюваних ресурсів, мінімізацію обробки ґрунту.

Важливим резервом збільшення обсягів виробництва продукції є внесення мінеральних добрив, внесення торфу, завдяки чому можливий успішний обробіток лохини. Як встановлено, чудово зарекомендували себе комплексні мінеральні добрива та торф від «Агроенергопостач», що є основним витратним матеріалом під закладку насаджень. Під посадку саджанців лохини у ФГ «Бакка» купують торф з зольністю 7%. Також підкислювачем для вирощування даної культури є сірка. Норма внесення цього елемента залежить від механічного складу ґрунту. Так як в фермерському господарстві ґрунти переважно глинисті то норми внесення сірки для лохини у кілька разів вищі, ніж, наприклад, на легких піщаних ґрунтах.

При вирощуванні лохини в ФГ «Бакка» перші три роки жодних проблем, зумовлених бур'яном, на плантації не виникало. Враховуючи поліпшення умов мінерального харчування внаслідок внесення добрива, не можна виключати ймовірність появи на плантації бур'янів у подальшому. Крім того, можливий розвиток комплексу шкідників та хвороб, що також може вимагати додаткових витрат на боротьбу з ними.

Слід особливо наголосити, що ручний спосіб збирання врожаю лохини на сьогоднішній день є найбільш прийнятним на невеликих площах (до 3-х га). Практичний досвід показав, що в залежності від сорту та врожайності плодів

один збирач може зібрати за зміну 10–20 кг ягід, які в охолодженому стані можуть зберігатися значно довше, ніж при використанні механічного способу збирання врожаю. При цьому бригада збирачів може бути сформована через центри зайнятості з-поміж тимчасово непрацюючих громадян, оплата праці яких буде проведена або в грошовому, або в натуральному еквіваленті.

Вирощування основної товарної продукції в ФГ «Бакка» лохини здійснюється традиційним способом в ґрунті. На сьогоднішній день є альтернативні способи вирощування цієї культури, які об'єднують захисні методи ведення сільського господарства (клімат-контроль, точне зрошення і внесення добрив) і спеціалізоване управління плантацією для підвищення ефективності використання ресурсів. Поміж альтернативних варіантів можна виокремити чотири основні виробничі системи, які використовують для вирощування:

- виробництво в захищеному ґрунті: тунелі, теплиці тощо;
- вирощування лохини з високою щільністю висадки;
- вирощування лохини в контейнерах.

Ці виробничі методи можна використовувати разом або незалежно в залежності від економічних, кліматичних та екологічних факторів в кожному окремому регіоні.

В країнах Європейського Союзу з кожним роком посилюються вимоги щодо охорони навколишнього середовища, що змушує виробників плодово-ягідної продукції ґрунтовно замислюватися про вирощування рослин поза ґрунтом навіть у відкритому ґрунті. Наприклад, у контейнерній культурі. Даний метод можна застосовувати і при вирощуванні лохини, застосування контейнерів дозволяє вирощувати її в будь-якому господарстві незалежно від складу ґрунту.

Контейнерне вирощування дозволяє підвищити густоту стояння рослин, за потреби легше замінити ту чи іншу рослину (їх не потрібно викопувати), що дозволяє швидше впроваджувати нові сорти. Рослини в контейнерах виростають у середньому висотою всього 125 см, а не до 2 м, як у ґрунті, що

полегшує збирання врожаю. Контейнерна культура дозволяє більшою мірою керувати зростанням рослин, оскільки субстрат у всіх контейнерах абсолютно однаковий на відміну від природного ґрунту, при цьому всі рослини отримують однакову кількість води та живлення.

Популярність цього методу значною мірою пояснюється можливістю скорочення на 30% витрати води та добрив. Проте перехід із вирощування у ґрунті на контейнери потребує додаткових витрат. Якщо закладка нових насаджень обходиться в 25 тис. євро/га, контейнерна культура майже вдвічі дорожча. Йдеться не лише про витрати на субстрат (при використанні великих контейнерів близько 50 євро/м³ субстрату), а й про більшу кількість рослин на гектар.

Найчастіше вирощування у контейнерах застосовують під час використання високих тунелів, що додатково підвищує витрати (але знижує ризик втрати врожаю від заморозків чи дощів). Так, у Голландії при вирощуванні у ґрунті висаджують 3000-3300 рослин/га, застосування контейнерів дозволяє розмістити близько 5000 рослин/га. Врожайність лохини при обох методах вирощування практично однакова. Вирощування у ґрунті все більш оптимізується, тому врожайність зростає. Крім того, вирощування лохини в ґрунті так чи інакше пов'язане з внесенням до неї 300-400 м³/га торфу перед закладкою насаджень.

Нові сорти висаджують із густотою стояння 4800-5000 рослин/га, це порівняно з контейнерною культурою. Нові сорти плодоносять на молодих пагонах, тому їх доводиться інтенсивно обрізати, у результаті формується низька рослина, зручна для збирання врожаю. При цьому слід враховувати вплив методу вирощування на смакові якості продукції. У ягід, вирощених у ґрунті, більш солодкий і виражений смак, ніж у контейнерній культурі, що пояснюється впливом ґрунтової мікрофлори.

Однак, при вирощуванні в контейнерах виробник зіткнеться з такими труднощами як зимівля. В ідеалі вони не повинні стояти вище рівня ґрунту та додатково бути утеплені снігом. При мінусових температурах вимірюйте

градусником температуру під снігом; внесення добрив. Важливо знати концентрацію та кількість речовин, які заходять до горщика та виходять разом із дренажними водами.

Враховуючи всі особливості проведення агротехнологічних операцій при вирощуванні овочевих і ягідних культур ФГ «Бакка» основний акцент пропонуємо направити на оптимізацію внесення добрив під ці сільськогосподарські культури. Так, при вирощуванні лохини необхідно спочатку давати більше фосфору для нарощування кореневої маси, а вже після 15 червня робити акцент на азот. Для полуниці при отриманні планового врожаю 100 ц необхідно виносити на 1 га 136 кг азоту, 38 кг фосфору та 165 кг калію, так як саме такий обсяг поживних речовин ця ягода отримає з ґрунту під час дозрівання.

Для підвищення економічних показників виробництва сільськогосподарської продукції в фермерському господарстві здійснимо оптимізацію розподілу мінеральних добрив під овочеві і ягідні культури, що вплине на зростання врожайності та розвитку даної підгалузі в цілому.

Визначення оптимізації розподілу мінеральних добрив для ФГ «Бакка» повинно вплинути на збільшення валових зборів і економічної ефективності вирощування цих культур. Основним завданням при проведенні оптимізації є максимум прибутку. Використаємо для оптимізації розподілу мінеральних добрив під ці культури метод лінійного програмування. Вихідними дані моделі будуть представлені в табл. 3.4.

Під культури виділяються наступна кількість мінеральних добрив (ц діючих речовин): азотних – 685, фосфорних – 400, калійних – 850. Крім того, фермерське господарство планує виробити 10 т лохини. При цьому господарство не планує змінювати спеціалізацію і в 2022-2023 р. в продуктивний вік входить ще один гектар лохини. Здійснимо розрахунки розподіл мінеральних добрив таким чином, щоб досягти максимуму зростання приросту врожайності кожної культури, що в кінцевому підсумку призведе до зростання надходжень виручки в господарство.

Таблиця 3.4

Показники ефективності вирощування ягідних і овочевих культур

Культура	Врожайність (з мінімальним внесенням добрив), т/га	Площа насаджень (посівна) га	Дози внесення, ц діючих речовин			Прибавка врожаю за рахунок внесення добрив	
			азотні	фосфорні	калійні	т	тис. грн.
Лохина	4,66	3	1,3	0,8	1,6	0,16	39,7
Полуниця	13,0	1	1,44	0,32	1,7	0,9	72,0
Капуста	45,9	1	1,5	1,2	2,0	1,7	17,0

Слід змоделювати оптимальний варіант розподілу мінеральних добрив за критерієм – максимальний прибуток від приросту врожаю. Математична модель даної задачі має вигляд (визначаємо шукані змінні):

X_1 – вдобрена площа насаджень лохини, (га)

X_2 – вдобрена площа насаджень полуниці, (га);

X_3 – вдобрена посівна площа капусти (га).

Зазначимо систему обмежень для даної математичної моделі:

1. Умова по використанню і наявності мінеральних добрив:

1.1. Азотних:

$$1,3X_1 + 1,44X_2 + 1,5X_3 \leq 685$$

1.2. Фосфорних:

$$0,8X_1 + 0,32X_2 + 1,2X_3 \leq 400$$

1.3. Калійних:

$$1,6X_1 + 1,7X_2 + 2,0X_3 \leq 850$$

2. Умови по вдобреній площі окремих підрозділів:

2.1. Площа насаджень лохини:

$$X_1 \leq 3$$

2.2. Площа насаджень полуниці:

$$X_2 \leq 1$$

2.3. Площа посіву капусти:

$$X_3 \leq 1$$

3. Умови по гарантійному приросту продукції - лохини, т:

$$0,16 X_1 \Rightarrow 10$$

Критерієм оптимальності виступає – максимум прибутку приросту врожаю, розрахуємо відповідні коефіцієнти цільової функції. Цільова функція – максимум прибутку від приросту врожаю буде мати вигляд:

$$Z = 39,7X_1 + 72,0X_2 + 17,0X_3 \rightarrow \max$$

Отримана модель оптимізації посівної площі та площі насаджень представлена в додатку А. В табл. 3.5 узагальнимо результати виконання оптимізаційної задачі.

Таблиця 3.5

**Результати оптимізації внесення мінеральних добрив
під сільськогосподарські культури**

Показник	2021	2023	Відхилення	
			2023 до 2021, %	2023 до 2021, +,-
Валовий збір, т				
- лохина	9,32	14,46	5,14	155,2
- полуниця	13,0	13,9	0,9	106,9
- капуста	45,9	47,6	1,7	103,7
Прибуток - всього, тис. грн	526,9	624,9	98,0	118,6
- на 1 га	105,38	124,98	19,6	118,6
Рівень рентабельності, %	21,21	26,9	-	+5,69 в.п.

В фермерському господарстві за рахунок оптимізації внесення мінеральних добрив за незмінних посівних площ під капусту та площ насаджень ягідних культур прибуток зросте до 624,9 тис. грн. В розрахунку на 1 га: прибуток в 2021 р. знаходиться на рівні 105,38 тис. грн., а в 2023 р. планується отримати за рахунок оптимізації приріст прибутку в розмірі 19,6 тис. грн. на 1 га сільськогосподарських культур. Рівень рентабельності зросте на 5,69 в.п. та підвищиться цінова конкурентоспроможність.

Оптимізація внесення мінеральних добрив дозволить акумулювати грошові кошти, як і формування об'єднань з виробниками ягід для їх експорту, що дозволить здійснювати зовнішньоекономічну діяльність і продавати лохину за вищою ніж на внутрішньому ринку ціною. На довгострокову перспективу в фермерському господарстві можна було б використати інтенсивну технологію при вирощуванні полуниці в теплиці, однак для цього потрібні кошти. Нестабільність внутрішнього ринку із-за військових дій, невизначеність з партнерами щодо формування кооперативу, недостатність власних коштів відтермінують впровадження альтернативних способів вирощування сільськогосподарських культур (полуниці).

Отже, впровадження інтенсивних технологій і прогресивно-організаційних заходів в господарську діяльність ФГ «Бакка» дозволить підвищити результативні показники та вплине на підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Висновки до третього розділу.

В ФГ «Бакка» з метою підвищення конкурентоспроможності виробництва був проведений SNW-аналіз, який показав високий рівень конкурентоспроможності виробництва лохини в Дніпровському районі. Його основні конкуренти відстають за показниками «виробничі потужності» та «технічний рівень виробництва». Основною їхньою перевагою є високий кадровий персонал, так як голови фермерських господарств вже більше десятиліття займаються в цій галузі, у них є досвід роботи і навички. На стратегічну перспективу необхідно посилити кадрову складову в фермерському господарстві.

Керівництво ФГ «Бакка» ставить стратегічне завдання вихід на нові ринку збуту основної сільськогосподарської культури – лохини. Одним з пріоритетних напрямків є освоєння частки аграрного ринку іноземних країн – Європи, Сходу тощо. Досягнення цієї мети можливо шляхом об'єднання

зусиль фермерів. Це можна робити через розвиток кооперативних принципів, поєднуючи дрібних виробників та власників землі.

Впровадження інтенсивних технологій дозволить підвищити натуральні і вартісні показники виробництва. Так, в господарстві запропоновані альтернативні варіанти виробничих систем, які використовують для вирощування лохини: виробництво в захищеному ґрунті: тунелі, теплиці тощо; вирощування лохини з високою щільністю висадки та вирощування лохини в контейнерах, які об'єднують захисні методи ведення сільського господарства (клімат-контроль, точне зрошення і внесення добрив) і спеціалізоване управління плантацією для підвищення ефективності використання ресурсів.

З метою підвищення ефективності виробництва в фермерському господарстві запропоновано оптимізувати внесення мінеральних добрив за незмінних посівних площ під капусту та площ насаджень ягідних культур. При впровадженні цих кроків прибуток зросте до 624,9 тис. грн. В розрахунку на 1 га: прибуток в 2021 р. знаходиться на рівні 105,38 тис. грн., а в 2023 р. планується отримати за рахунок оптимізації приріст прибутку в розмірі 19,6 тис. грн. на 1 га сільськогосподарських культур. Рівень рентабельності зросте на 5,69 в.п. та підвищиться цінова конкурентоспроможність.

Отже, впровадження інтенсивних технологій і прогресивно-організаційних заходів в господарську діяльність ФГ «Бакка» на перспективу дозволить підвищити результативні показники та вплине на підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Провівши дослідження обґрунтування концепції підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного підприємства можна зробити наступні висновки.

Конкурентоспроможність є показником доцільності існування будь-якого виду бізнесу, узагальнюючою характеристикою рівня та якості господарювання, ступеня адекватності підприємства зовнішньому середовищу. Характеристиками поняття «конкурентоспроможність» є: багатоваріантність; відносність та різноманітність підходів до аналізу і оцінки конкурентоспроможності на різних рівнях: рівень продукції, підприємства тощо. Тобто дане поняття у вузькому значенні може базуватися на таких складових як альтернативність, порівняння, варіація.

Аналіз діяльності ФГ «Бакка» в цілому показав зростання натуральних і вартісних показників ефективності, майже по всіх показниках. В розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь зросла виручка і прибуток на 11,7% та 29% відповідно. Зросла віддача від використання основного капіталу фермерського господарства на 22,6%. Негативною тенденцією є зниження продуктивності праці в розрахунку на одного працівника і одну людину-годину на 6,9% і 6,3% відповідно. Рівень рентабельності зріс на 3,35 в.п., а рентабельність продажу на 2,34 в.п., що свідчить про зростання ефективності діяльності господарства в цілому. Отже, дані ресурси формують базу для виконання виробничих операцій, господарських процесів у діяльності господарства.

Основною сільськогосподарською культурою є лохина. Зазначена культура визначає економіку господарства, її виробництво щороку збільшується, що пов'язано з входженням в плодоносний, найбільш продуктивний стан кущів цієї культури. Валовий збір культури збільшився в 2,56 рази, на що вплинуло щорічне зростання врожайності. В фермерському господарстві культуру вирощують третій рік, її продуктивність (врожайність) щороку змінюється, підвищуючи поступово свій рівень. Підтверджує це

рівняння параболічного тренду в якому щорічне зростання складає 9,44 ц на гектар, однак щорічний приріст уповільнюється на 1,08 ц на гектар. Свого найвищого рівня врожайності ця культура досягає на 5-7 рік плодоношення, тому і спостерігаємо уповільнення зростання цього показника з роками.

Аналіз конкурентоспроможності виробництва лохини здійснено відносно основних конкурентів - ФГ «Воскресіння» і ФГ «Джерело». Найкращих валових показників виробництва досягло ФГ «Бакка». Стосовно врожайності цієї культури то основні конкуренти мають значно вищі показники, які в 1,5-2 рази перевищують досліджуване. Дана обставина свідчить, що в двох інших ФГ «Воскресіння» і ФГ «Джерело» ця культура досягла свого максимуму за врожайністю, так як вирощують її більше 5 років в цих господарствах.

Виробництво лохини в усіх трьох господарствах було ефективним. Рівень рентабельності виробництва і реалізації лохини був найвищий в ФГ «Бакка», а найнижча ефективність виробництва цієї культури була в ФГ «Воскресіння». Приріст рівня рентабельності був найвищим серед усіх господарств у ФГ «Бакка» (8,6 в.п.). Цінова конкурентоспроможність на 2021 р. була найвищою і значимою в ФГ «Бакка», тобто фермерське господарство може майже на 22% знизити ціну на лохину і отримувати нульовий прибуток, а до цього рівня – отримувати прибуток. В той же час для ФГ «Воскресіння» цей показник складає лише 12%, а для ФГ «Джерело» - 15,6%, тобто цінова конкурентоспроможність є найвищою для досліджуваного фермерського господарства.

При розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності для лохини встановлено, що в ФГ «Бакка» вищі за економічними та якісними властивостями своїх основних конкурентів ФГ «Воскресіння» та ФГ «Джерело» у конкурентоспроможності. Стосовно значення інтегрального показника конкурентоспроможності зазначимо, що в усіх фермерських господарствах цей показник був вищий 1, тобто всі вони вирощують конкурентоспроможну продукцію. Однак за значенням самого показника

найбільшого рівня досягли за конкурентоспроможністю саме в ФГ «Бакка» (1,1). Проте, така оцінка є досить суб'єктивною, оскільки тут не враховуються такі особливості ринку як середньомісячний дохід споживача, особливі вподобання, соціальний статус тощо.

В ФГ «Бакка» з метою підвищення конкурентоспроможності виробництва був проведений SNW-аналіз, який показав високий рівень конкурентоспроможності виробництва лохини в Дніпровському районі. На стратегічну перспективу необхідно посилити кадрову складову в фермерському господарстві.

Керівництво ФГ «Бакка» ставить стратегічне завдання вихід на нові ринку збуту (зовнішні) основної сільськогосподарської культури – лохини. Досягнення цієї мети можливо шляхом об'єднання зусиль фермерів. Це можна робити через розвиток кооперативних принципів, поєднуючи дрібних виробників та власників землі.

Впровадження інтенсивних технологій дозволить підвищити натуральні і вартісні показники виробництва. Так, в господарстві запропоновані альтернативні варіанти виробничих систем, які використовують для вирощування лохини: виробництво в захищеному ґрунті: тунелі, теплиці тощо; вирощування лохини з високою щільністю висадки та вирощування лохини в контейнерах.

З метою підвищення ефективності виробництва в фермерському господарстві запропоновано оптимізувати внесення мінеральних добрив за незмінних посівних площ під капусту та площ насаджень ягідних культур. При впровадженні цих кроків прибуток зросте до 624,9 тис. грн., а рівень рентабельності зросте на 5,69 в.п. та підвищиться цінова конкурентоспроможність.

Отже, впровадження інтенсивних технологій і прогресивно-організаційних заходів в господарську діяльність ФГ «Бакка» на перспективу дозволить підвищити результативні показники та вплине на підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В.Г. Виклики агробізнесу: пошук відповідей. *Економіка АПК*. 2015. №5. С. 12-22.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу. Київ. КНЕУ. 2015. 783 с.
3. Ареф'єва О.В., Побережна З.М. Інтенсифікація управління економічною поведінкою підприємства на конкурентних ринках. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 110–118.
4. Балан А. Сучасні знання – драйвер розвитку ягідного сектору України. *Ягідник*. 2019. № 4. С. 10.
5. Березіна Л.М., Вараксіна О.В., Олійник А.С., Рак А.Г. Теоретико методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. *Агросвіт*. 2021. №21-22. С. 35-42.
6. Бурлака О.П., Бурлака О.А. Чинники формування конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2012. № 2 (4). С. 23-26.
7. Вініченко І.І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи. *Агросвіт*. 2013. № 21. С. 10-13.
8. Гавриш О.А., Ясниківська Ю.Р. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. *Сучасні проблеми економіки та підприємництва*. 2013. Вип. 11. С. 249-254. Режим доступу: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/47846>.
9. Галат Л.М. Експортний потенціал та проблеми розвитку галузі ягідництва України. *Агросвіт*. 2021. №1-2. С. 46-55.
10. Галатович Є. Ягідництво: проблеми і перспективи. *Пропозиція*. 2008. Режим доступу: <https://propozitsiya.com/ua/yagidnictvo-problemi-ta-perspektivi>
11. Гезь Л.В., Чегорка Б. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. *Актуальні проблеми економіки, управління*

та маркетингу в аграрному бізнесі: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Дніпро, 20 вересня 2022 р. Дніпро. ДДАЕУ. 2022. С. 30-31

12. Гезь Л. Складові підвищення конкурентоспроможності продукції. *Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. 27-28 жовтня 2022 р. Дніпро. ДДАЕУ, 2022. С. 248-249

13. Горіховський М.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю фермерських господарств. Кандидат наук: автореферат дисертації. Подільський державний аграрно-технічний університет, 2018. 20 с.

14. Горобчук А., Привабливість ягідного сектору України. *Агробізнес сьогодні*. 2018. №15-16(382-383). С. 22–23.

15. Гречківський І. "Family Garden": модель ягідного підприємства орієнтованого на експорт. *Ягідник*. 2019. № 1. С. 14–17.

16. Дикань В.Л. Стратегічне управління: навч. посібник. Київ: «Центр учбової літератури». 2013. 272 с.

17. Економічна енциклопедія. За ред С. В. Мочерний. Київ. Вид. центр "Академія". 2002. Т. 3. 952 с.

18. Золотарьова І. Польська модель ягідництва для України є оптимальною. *Пропозиція*. 2017. Режим доступу: <https://propozitsiya.com/ua/polska-model-yagidnyctva-dlya-ukrayiny-ye-optymalnoyu>.

19. Кернасюк Ю.В. Галузь садівництва: розвиток, тенденції та перспективи. *Агробізнес сьогодні*. 2020. №17. С.14–17.

20. Кернасюк Ю. Ягідні тенденції і перспективи. *Агробізнес сьогодні*. 2018. № 11 (378), с. 16–17.

21. Кобець А.С., Вініченко І.І., Сітковська А.О., Крючкова Ж.В. Управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Дніпропетровськ. 2018. 220 с.

22. Козак Г. Ягідництво: разом краще. *Пропозиція*. 2018. № 1. С. 128–132.
23. Коротич Ю. "Атлас" експортних можливостей. *Плантатор*. 2020. № 1. С.10–13.
24. Кравчук Н.І., Любчик А.Ю. Регіональні особливості сільськогосподарського виробництва. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2020. № 3 (49). С. 14-22.
25. Легеза Д.Г. Конкуреноспроможність продукції сільськогосподарських підприємств. Київ. ННЦ «Інститут аграрної економіки». 2011. 394 с
26. Лупак Р.Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкуреноспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 320-325.
27. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Вітвіцький В.В. Теоретико-методологічні аспекти управління продуктивністю аграрного виробництва. Київ: ННЦ «ІАЕ». 2017. 90 с.
28. Осовська Г.В., Сіренко Н.М. Управління організаційним забезпеченням стратегічного розвитку підприємств. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2011. Вип. 4. С. 3-9.
29. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкуреноспроможності продукції підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4 С. 230-235 <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/articles>
30. Петренко І., Дмитрієва Л. Нема цікавішої справи, ніж ягоди. *Агробізнес сьогодні*. 2018. № 11(378). С. 28–29.
31. Польська модель ягідництва для України є оптимальною. *Пропозиція*. 2017. Режим доступу: <https://propozitsiya.com/ua/polska-model-yagidnuctva-dlya-ukrayiny-ye-optymalnoyu>
32. Рентабельність органічних ягід сягає 200%. *Agroexpert*. 2016. № 4 (93). Режим доступу: <http://www.agroexpert.ua.../rentabelnist-organichnikh-jagid-sjagaje-200.html>.

33. Рябоконт В.П. Соціально-економічні умови розвитку аграрного сектору. *Економіка АПК*. 2021. №2. С. 6-14.
34. Савенко Г.Є. Розвиток ринку продукції ягідних культур України в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №1. С. 132-135
35. Сало А.І. Розвиток ринку плодів та ягід в Україні. *Економіка АПК*. 2020. №3. С. 16-23.
36. Сітковська А.О. Проблеми розвитку виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. *Агросвіт*. 2019. № 12. С. 10-14.
37. Стрілець В.Ю. Сучасний стан інфраструктури державного забезпечення розвитку малого підприємництва України. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 32–37.
38. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку. Житомир. ЖДТУ. 2012. 200 с.
39. Угода про Асоціацію «Україна – ЄС». Урядовий портал. Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/kmu...223223535>.
40. Хвесик М.А., Сундук А.М. Природно-ресурсний потенціал і ринкове середовище: теорія й практика. *Економіка України*. 2022. № 8. С. 70 - 82.
41. Черевко Д., Людвік Ю. Ефективність вирощування ягідних культур і переробки продукції шляхом заморожування. *Аграрна економіка*. 2018. Т.11. №3-4. С.82-86
42. Чередніченко О.О. Оцінка конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств молочної галузі. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2013. №181(6). С. 237-245.
43. Чіков І.А. Конкуренція: теоретичні підходи до розуміння сутності поняття. *Агросвіт*. 2019. № 10. С. 74-80.

44. Шаповалова І.В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 10. С. 427-432.

45. Шталь Т.В., Шульга Д.А., Торкут Д.А. Теоретико-методологічний аналіз поглядів учених на визначення поняття «конкурентоспроможність». *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 13–17.

46. Шубравська О.В., Прокопенко К.О. Формування агропродовольчої спеціалізації України в контексті сучасних інвестиційних процесів. *Економіка України*. 2021. №10. С. 35-51.

47. Щедрий врожай полуниці. 2014. Режим доступу: <http://gazeta.lviv.ua/2014/07/14/schedrijvrozhaj-polunic/>.

48. Ягоди. 2018. Режим доступу: <https://hromadske.volyn.ua/yahody/>

49. Якимчук Ю.М. Трансформація систем управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств. Кандидат наук. Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, 2018. 179 с.

Оптимізаційна модель розподілу мінеральних добрив

Показники	Змінні				Види обмежень	Обсяги обмежень
	X1	X2	X3			
	3	1	1			
Використання азотних добрив, ц	1,3	1,44	1,5	685	<=	685,00
Використання фосфорних добрив, ц	0,8	0,32	1,2	400	<=	400,00
Використання калійних добрив, ц	1,6	1,7	2	850	<=	850
Вдобрена площа лохини, га	1			3,00	<=	3
Вдобрена площа полуниці, га		1		1,00	<=	1
Вдобрена площа капусти, га			1	1,00	<=	1
Приріст валового збору лохини, ц	0,16			10,40	>=	10
Цільова функція	39,7	72	17	208,1		