

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

МИКОЛЕНКО Інна Григорівна

УДК 338.242.2: 339.924:631.11

ДИСЕРТАЦІЯ
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Подається на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий консультант:
доктор економічних наук, професор
КРАСНОРУЦЬКИЙ Олексій
Олександрович

Суми – 2021

АНОТАЦІЯ

Миколенко І. Г. Управління конкурентним розвитком аграрних підприємств: теорія, методологія, практика. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Сумський національний аграрний університет, Суми, 2021.

У дисертаційній роботі обґрунтовано теоретично-методологічні, методичні та прикладні засади, а також розроблено практичні рекомендації щодо вирішення важливої наукової проблеми генерування та імплементації інноваційно-інвестиційних стратегій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Досліджено генезис понятійно-категоріального апарату стратегічного управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Ідентифіковано конкурентні структури цільових ринків збуту та конкурентний потенціал аграрних підприємств. Обґрунтовано напрями імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств. Визначено методологічні засади ідентифікації конкурентного потенціалу в структурі економічного потенціалу аграрного підприємства. Виконано порівняння функціональних, інструментальних та процесних концепцій управління розвитком конкурентного потенціалу. Визначено засади інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності в системі формування конкурентних переваг аграрних підприємств. Виконано оцінку рівня економічної ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств. Виявлено тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності вітчизняних аграрних підприємств та їх об'єктну спрямованість. Ідентифіковано конкурентний потенціал в системі стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств. Обґрунтовано архітектуру та архітектоніку механізмів стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Визначено напрями та шляхи інтеграції інструментарію

стратегічного управління конкурентним розвитком в системи менеджменту аграрних підприємств. Ідентифіковано стратегічні напрями розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Окреслено джерела та визначити інструменти інвестування інноваційних проектів розвитку аграрних підприємств. Обґрунтовано типологію стратегій та прикладна ідентифікація стратегічних альтернатив розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Охарактеризовано процедурні аспекти генерування та імплементації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Обґрунтовано цілісну концепцію управління розвитком конкурентного потенціалу аграрних підприємств в процесі імплементації інноваційно-інноваційної моделі розвитку в їх менеджменті на основі поєднання продуктивних компонент та елементів функціонального, інструментального та процесного підходів в їх діалектичній єдності та спрямованості впливу на спільний об'єкт управління. Визначено методологічні засади ідентифікації місця та функціонального навантаження конкурентного потенціалу в структурі економічного потенціалу аграрного підприємства на основі формалізації залучення компонент економічного потенціалу для формування конкурентних переваг продукції. Обґрунтовано теоретичні та прикладні засади побудови синтезованого механізму стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю, в основу якого покладено інструментарій ідентифікації наслідків інвестування в інноваційні проекти створення стійких конкурентних переваг аграрних підприємств та їх продукції. Удосконалено методологічний підхід до ідентифікації конкурентних структур цільових ринків збуту, який передбачає виділення функціонально-відокремлених груп його суб'єктів, визначення рівнів концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності, що дозволяє також виконувати оцінку конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Виконано обґрунтування закономірності зростання частки внутрішніх джерел у залученні аграрними підприємствами інвестиційних ресурсів для реалізації програм розвитку на

основі створення стійких конкурентних переваг. Визначено процедури генерування та імплементації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств шляхом комплексного використання методичного інструментарію прогнозування економічних наслідків їх реалізації, формалізації управлінських процедур вибору стратегічних альтернатив, а також оцінювання очікуваних реакцій цільових груп споживачів на створення конкурентних переваг підприємств та їх продукції. Систематизовано напрями інноваційного розвитку аграрних підприємств шляхом систематизації їх в групи ресурсних, виробничих, маркетингово-збутових та управлінських, а також розгляду їх складових та елементів через призму потреби в інвестиційних ресурсах та особливостей очікуваних конкурентних переваг. Обґрунтовано типологію стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств шляхом доповнення існуючих систем критеріїв об'єктної орієнтації інвестицій, їх обсягу та інтенсивності інвестиційного процесу, функціональними критеріями відношення інвестицій до створення конкурентних переваг та їх значимості для підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств. Розвинуто наукове тлумачення дефініції «інноваційно-інвестиційна стратегія», яка передбачає орієнтацію підприємства на розміщення інвестицій лише в спрямованих на створення стійких конкурентних переваг інноваційних проектах, що дозволяє встановлювати причинно-наслідковий зв'язок між інвестиціями, інноваціями, конкурентоспроможністю та ефективністю в контексті більш системної та раціональної формалізації стратегій розвитку. Запропоновано та апробовано методичний підхід до ідентифікації зв'язку між економічною ефективністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств на основі формалізації процедур створення та реалізації конкурентних переваг в процесі імплементації інноваційно-інвестиційних стратегій розвитку. Визначено конкурентний потенціал аграрного підприємств в якості об'єкта стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю шляхом формалізації зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних

переваг стійкого та оперативного характеру. Застосовано методичний підхід до оцінки конкурентного потенціалу аграрного підприємства, як сукупності можливостей створення конкурентних переваг за рахунок впровадження інновацій та залучення для цього інвестицій з внутрішніх та зовнішніх джерел з урахуванням характеристик підприємства в частині розмірів, масштабів виробництва та спеціалізації. Визначено теоретичні засади інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності аграрних підприємств шляхом визначення структурних особливостей систем управління конкурентоспроможністю, в основі яких лежить формування конкурентних переваг на основі реалізації інноваційних рішень.

У першому розділі «Теоретичні основи управління конкурентним розвитком аграрних підприємств» вивчено генезис понятійно-категоріального апарату управління конкурентним розвитком аграрних підприємств, визначені характеристики та особливості побудови конкурентних структур цільових ринків збуту та конкурентного потенціалу аграрних підприємств, а також обґрунтовано шляхи імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств.

У другому розділі «Методологія управління конкурентним розвитком аграрних підприємств» здійснено ідентифікацію конкурентного потенціалу в структурі економічного потенціалу аграрного підприємства, окреслено сутність функціональних, інструментальних та процесних концепцій управління розвитком конкурентного потенціалу, а також обґрунтовано архітектоніку систем формування конкурентних переваг аграрних підприємств.

У третьому розділі «Структурно-динамічні тенденції змін конкурентоспроможності, ефективності, інвестиційної привабливості та інноваційної орієнтованості аграрних підприємств» виконано оцінку рівня економічної ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств, окреслено тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності

вітчизняних аграрних підприємств та їх об'єктна спрямованість, а також ідентифіковано конкурентний потенціал в системі стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств.

У *четвертому розділі* «**Механізми стратегічного управління конкурентним розвитком аграрних підприємств на інноваційно-інвестиційній основі**» обґрунтовано архітектуру та архітектоніку механізмів стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств, розглянуто питання інтеграції інструментарію стратегічного управління конкурентним розвитком в системи менеджменту аграрних підприємств, а також визначено стратегічні напрями розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств.

У *п'ятому розділі* «**Стратегії розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств**» визначено джерела та інструменти інвестування інноваційних проектів розвитку аграрних підприємств, обґрунтовано типологію стратегій та виконана прикладна ідентифікація стратегічних альтернатив розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств, розглянуто процедурні аспекти генерування та імплементації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у обґрунтуванні теоретико-методологічних засад та розробці практичних рекомендацій з управління конкурентним розвитком аграрних підприємств. За результатами дисертаційного дослідження отримані такі положення, що містять наукову новизну та виносяться на захист:

вперше:

– обґрунтовано концептуальні засади управління конкурентним розвитком аграрних підприємств, які передбачають виділення функціонального та інструментального підходів до створення конкурентних переваг в процесі імплементації інноваційно-інноваційної моделі;

– ідентифіковано методологічний підхід до управління конкурентним розвитком аграрних підприємств на основі ідентифікації пріоритетних

напрямів створення конкурентних переваг за рахунок мобілізації певних компонент економічного потенціалу підприємств;

– обґрунтовано архітектуру та архітектоніку механізму управління конкурентним розвитком аграрних підприємств, в основі якого лежить створення умов для реалізації процедур створення конкурентних переваг за рахунок мобілізації компонент економічного потенціалу підприємства в залежності від результатів урахування внутрішніх та зовнішніх умов здійснення основної діяльності;

удосконалено:

– методологічний підхід до визначення ознак та особливостей конкурентної побудови ринків збуту продукції аграрних підприємств, в основі якого лежить виділення груп суб'єктів ринку за функціональним принципом, оцінювання показників економічної ефективності їх діяльності та концентрації капіталу з подальшим визначенням ступеня розвитку конкурентного потенціалу підприємств;

– ідентифікацію закономірностей розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств за рахунок інвестування коштів з внутрішніх джерел в процесі реалізації програм розвитку, які передбачають створення стійких конкурентних переваг виробничого та комерційного характеру;

– організаційно-методичні підходи до формування і реалізації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств на основі засобів прогнозування економічних наслідків його реалізації, формалізації управлінських процедур вибору стратегічних альтернатив, а також прогнозування перспектив реалізації конкурентних переваг аграрних підприємств;

– типологію напрямів та шляхів конкурентного розвитку аграрних підприємств на основі їх поділу на ресурсні, виробничі, комерційні та організаційно-управлінські з подальшою ідентифікацією перспективних конкурентних переваг підприємств та їх продукції;

– класифікацію стратегій конкурентного розвитку аграрних підприємств на інноваційно-інвестиційній основі з виділенням функціональних та інструментальних ознак відношення напрямів використання інвестиційних ресурсів до формування та реалізації конкурентних переваг з урахуванням їх впливу на рівень економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств.

набуло подальшого розвитку:

– наукове тлумачення дефініції «конкурентний розвиток», який передбачає орієнтацію діяльності підприємства на створення стійких конкурентних переваг за рахунок реалізації інноваційно-інноваційних проектів з урахуванням тенденцій функціонування та розвитку цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств;

– методичний підхід до формалізації процедур створення та реалізації конкурентних переваг в процесі імплементації стратегій конкурентного розвитку на основі визначення зв'язку економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції;

– ідентифікація напрямів імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в управлінні конкурентним розвитком аграрних підприємств на основі виділення цільових орієнтирів та послідовностей заходів, спрямованих на створення стійких конкурентних переваг цінового та якісного характеру шляхом зрушень у виробничій та збутовій діяльності;

– ідентифікація конкурентного потенціалу аграрного підприємств в якості об'єкта стратегічного управління конкурентним розвитком шляхом формалізації зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних переваг;

– методичні засади інтеграції системи управління конкурентним розвитком в менеджмент аграрних підприємств на засадах проектного менеджменту шляхом ідентифікації функціоналів оцінювання та вибору стратегічних альтернатив, стратегічного планування та стратегічного

контролю з огляду на дотримання поступального характеру розвитку підприємства та зростання його конкурентного потенціалу;

– методичний підхід до оцінки конкурентного потенціалу аграрного підприємства, як сукупності можливостей створення конкурентних переваг за рахунок ефективного провадження інноваційно-інвестиційної діяльності з огляду на розміри, масштаби та спеціалізацію підприємства;

– теоретичні засади інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності аграрних підприємств шляхом визначення структурних особливостей систем управління конкурентоспроможністю, в основі яких лежить формування конкурентних переваг на основі реалізації інноваційних рішень.

Ключові слова: конкурентоспроможність, потенціал підприємства, стратегія, конкурентні переваги, механізм управління, інновації, економічна ефективність.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

монографії:

1. Mykolenko I. Part 2. Transformation of approaches to the management of socio-economic systems. Konwerje społeczno-economiczne wspolczesnego społeczeństwa social and economic changes of contemporary socioety : monograph. Opole, 2017. P. 124-129.

2. Мандич О.В., Науменко І.В., **Миколенко І.Г.** Особливості конкурентних стратегій розвитку підприємств України. Social and Economic Changes of contemporary society : monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. P. 124-130. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні типології конкурентних стратегій)*

3. Децентралізація управління публічними фінансами в Україні : монографія / [О.Ю. Амосов, М.М. Коваленко, **І.Г. Миколенко** та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. О.Ю. Амосова. Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2018.

200 с. *(авторський внесок полягає в оцінці конкурентоспроможності суб'єктів сільськогосподарського виробництва)*

4. Перебийніс В.І., Рогоза М.Є., Миколенко І.Г., Кононенко Ж.А. Стратегічні аспекти енергозабезпечення випереджаючого інноваційного розвитку економіки. Управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку : монографія / за ред. к.е.н., доцента Ілляшенко Н.С. Суми : Територія, 2020. С. 31-43. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні методологічних підходів до виявлення зв'язку інноваційного розвитку та конкурентоспроможності)*

5. Миколенко І.Г. Стратегії конкурентного розвитку аграрних підприємств: механізми та інструментарій. Монографія. Харків: «Смугаста типографія», 2021. 320 с.

статті у наукових фахових виданнях:

6. Миколенко І.Г. Оцінка інтеграційних процесів в економічному розвитку аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 2. Т. 2. Економічні науки. С. 155-159.

7. Миколенко І.Г. Динаміка ефективності виробництва та реалізації зерна круп'яних культур. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 3. Т. 2. Економічні науки. 2011. С. 137-142.

8. Писаренко С.В., Миколенко І.Г., Розвиток польового кормовиробництва в контексті пропорційності сполучення галузей сільського господарства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. 2011. Випуск 113. С. 235-244. *(авторський внесок полягає у встановленні зв'язку конкурентоспроможності та ефективності)*

9. Миколенко І.Г. Напрями розвитку маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. Вип. 1 (4). Т.1. 2012. С. 196-200.

10. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Оцінка ступеня розвитку ресурсного потенціалу рослинницьких аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. Вип. 2 (5). Т. 3. С. 198-204. *(авторський внесок полягає в оцінці конкурентного потенціалу аграрних підприємств)*

11. Миколенко І.Г. Напрями гармонізації економічних інтересів учасників внутрішнього ринку агропродовольчої продукції. Вісник Сумського національного аграрного університету: Серія «Економіка і менеджмент». 2013. Випуск 4 (55) С. 104-108.

12. Миколенко І.Г., Бурлака О.П. Особливості державного регулювання аграрного сектору економіки України. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Вип. 1 (6). Т. 3. С. 208-212. *(авторський внесок полягає в ідентифікації напрямів конкурентного розвитку)*

13. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Перспективи розвитку виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Вип. 2 (7). Т. 1. С. 196-205. *(авторський внесок полягає в апробації методичного підходу до оцінювання ринку конкурентоспроможності)*

14. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Організаційно-економічні засади антикризового управління сільськогосподарським підприємством. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2014. № 4. С. 156-165. *(авторський внесок полягає у виявленні напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції)*

15. Миколенко І.Г. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств з виробництва круп'яних культур. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2014. Вип. 2 (9). С. 201-206.

16. Миколенко І.Г., Бурлака О.П. Формування конкурентоспроможного виробництва зерна в Полтавській області. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2015. Спецвипуск 2015 року. С. 148-152. *(авторський внесок –*

17. Миколенко І.Г., Дядик Т.В., Писаренко С.В. Джерела та ефективність інвестицій в людський капітал. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2015. Вип. 1 (10). С. 135-143. *(авторський внесок полягає в ідентифікації напрямів інноваційно-інвестиційного та конкурентного розвитку аграрних підприємств)*

18. Миколенко І.Г., Дядик Т.В., Писаренко С.В. Тенденції та перспективи інтенсифікації молочного скотарства в сільськогосподарських підприємствах. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2016. Вип. 1 (12). С. 68-75. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні шляхів підвищення ефективності та конкурентоспроможності)*

19. Миколенко І.Г. Механізми управління розвитком кадрового потенціалу аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2 (13). Полтава : ПДАА. 2016. С. 240-248.

20. Миколенко І.Г. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. № 4. С. 62-72.

21. Kviatko T.M, Rudenko S.V., Mykolenko I.G. Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. №2. С. 48-53. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні типології стратегій конкурентного розвитку)*

22. Миколенко І.Г. Особливості маркетингової діяльності суб'єктів аграрного бізнесу в динамічних конкурентних структурах цільових ринків. Регіональна економіка та управління. 2019. Частина II. С. 30-34.

23. Babenko V., Nakisko O., Mykolenko I. Research of the aspects of modeling of the project management of risk of implementation system information support. Технологический аудит и резервы производства. 2018. № 1/4 (39). С. 64-69. *(авторський внесок полягає в)*

24. Миколенко І. Г. Особливості систематизації умов забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. – 2021. – Том 6. – № 1. – С. 369 – 374.

25. Миколенко І. Г. Інноваційно-інвестиційна спрямованість сільськогосподарського підприємства в системі підвищення його конкурентоспроможності. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2021. № 1. С. 31-35.

*У зарубіжних виданнях та вітчизняних виданнях,
які включені до міжнародних наукометричних баз:*

26. Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I. World informatization in conditions of international globalization: Factors of influence. Global Journal of Environmental Science and Management. V Article 29, Volume 5, Special Issue, 2019, Page 172-179. (Scopus). (авторський внесок)

27. Makarenko Y., Tereshchenko S., Metelenko N., Mykolenko I., Oliinyk, A. Strategic risks management in implementation of it projects (2019) Academy of Strategic Management Journal. 2019. No. 18 (4). P. 1-5. (Scopus). (авторський внесок –

28. Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I. World informatization in conditions of international globalization: Factors of influence. Global Journal of Environmental Science and Management [this link is disabled](#), 2019, №. 5(Special Issue), pp. 172–179. (Scopus).

29. Шпак Ю.В., Федорчук О.М., Миколенко І.Г. Перспективи та проблеми інноваційного розвитку агропромислового виробництва на регіональному рівні. Colloquium-journal. 2021. №17 (104). С. 77-82. (авторський внесок –

30. Миколенко І.Г. Теоретико-методологічний апарат конкурентних відносин. Colloquium-journal. 2021. №19 (106). С. 56-63.

в інших виданнях:

31. Миколенко І.Г. Оцінка економічного розвитку аграрних підприємств Полтавщини. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Формування та розвиток інтеграційних процесів в АПК». Полтава: ПДАА, 2011. С. 67-69.

32. Миколенко І.Г. Розвиток виробництва молока в Полтавській області. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи». Харків: ХНТУСГ, 2013. С. 23-25.

33. Миколенко І.Г. Обмеження розвитку управління маркетингом сільськогосподарської сировини на внутрішньому ринку. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства», 23-24 квітня 2013 р. Полтава: ПДАА. 2013. С. 50-52.

34. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Основні засади управління навчально-дослідницькою діяльністю студентів у вищих навчальних закладах. Матеріали 45-ї науково-методичної конференції «Сучасні педагогічні технології управління науково-дослідною діяльністю студентів». Полтава: РВВ ПДАА, 2014. С. 50-53. (авторський внесок –

35. Миколенко І.Г. Сучасний стан м'ясопродуктового підкомплексу АПК в Полтавській області. Матеріали науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 13-14 травня 2014 року). Ч. 1. Полтава : РВВ ПДАА, 2014. С. 50-53.

36. Миколенко І.Г. Антикризове управління сільськогосподарським підприємством. Матеріали науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 13-14 травня 2015 року). Т. 1. Полтава: РВВ ПДАА, 2015. С. 152-155.

37. Миколенко І.Г. Підвищення якості м'яса – один з головних чинників забезпечення конкурентоздатного виробництва Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2016 р. (м. Полтава, 17-18 травня 2017 р.). Полтава: РВВ ПДАА, 2017. С. 86-88.

38. Миколенко І.Г. Формування систем ринкового розподілу сільськогосподарської продукції. Розвиток агропродовольчого ринку в умовах

глобалізації економіки : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30 листопада 2017 року). Полтава: ПДАА, 2017. С. 289-292.

39. Миколенко І.Г. Розвиток експортного потенціалу вітчизняного молокопродуктового підкомплексу. Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 30 березня 2017 року). Полтава : кафедра економіки підприємства ПДАА, 2017. С. 107-108.

40. Миколенко І.Г. Маркетингова діяльність – елемент конкурентоспроможності цільових ринків. Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу : збірник наук. праць профес.-викл. складу академії за підсумками наук.-досл. роботи в 2019 році, (22-23 квітня 2020 р., ПДАА, м. Полтава). Полтава: ПДАА, 2020. С. 26-29.

41. Миколенко І.Г. Формування концепції «конкуренція» підприємницьких структур та їх поведінки на ринку : зб. наук. праць наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2018 році. 16-17 травня 2019 р. Полтава: ПДАА, 2019. С. 13-16.

ANNOTATION

Mykolenko I., Management of agrarian enterprises competitive potential: theory, methodology, practice. – Manuscript.

The thesis for the degree of doctor of economic sciences, specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by kinds of economic activity). – Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, Kharkiv, 2021.

In the dissertation the theoretical and methodological, methodical and applied principles are substantiated, as well as practical recommendations for the solution of an important scientific problem of generation and implementation of innovation and investment strategies for managing the competitiveness of agrarian enterprises. The genesis of the conceptual-categorical apparatus of strategic management of

competitiveness of agrarian enterprises is explored. Identified competitive structures of target markets and competitiveness potential of agrarian enterprises. The directions of implementation of innovation-investment model of development in the management of agrarian enterprises are substantiated. The methodological foundations of identifying the potential of competitiveness in the structure of the economic potential of the agrarian enterprise are determined. A comparison of functional, instrumental and process management concepts for competitiveness development is performed. The principles of innovative orientation of investment activity in the system of formation of competitive advantages of agrarian enterprises are determined. Assessment of the level of economic efficiency and competitiveness of domestic agrarian enterprises is carried out. The tendencies of innovation-investment activity of domestic agrarian enterprises and their object orientation are revealed. The potential of competitiveness in the system of strategic management of innovation and investment activity of agrarian enterprises is identified. The architecture and architectonics of mechanisms of strategic management of innovation-investment activity and competitiveness of agrarian enterprises are substantiated. The directions and ways of integration of tools of strategic management of competitive development into agribusiness enterprises management systems are determined. Strategic directions for the development of the competitiveness potential of agrarian enterprises have been identified. The sources and tools for investing innovative projects for the development of agrarian enterprises are outlined. The typology of strategies and applied identification of strategic alternatives for the development of the competitiveness potential of agrarian enterprises are substantiated. The procedural aspects of generation and implementation of strategies for developing the competitiveness potential of agrarian enterprises are described. The integral concept of managing the development of the competitiveness potential of agrarian enterprises in the process of implementation of innovative innovation model of development in their management is substantiated based on a combination of productive components and elements of functional, instrumental and process approaches in their dialectical unity

and direction of influence on a joint management object. The methodological principles of site identification and functional loading of the competitiveness potential in the structure of the economic potential of the agrarian enterprise are determined on the basis of the formalization of the attraction of components of economic potential for the formation of competitive advantages of products. The theoretical and applied principles of constructing a synthesized mechanism of strategic management of innovation and investment activity and competitiveness based on the tools for identifying the consequences of investing in innovative projects of creating sustainable competitive advantages of agrarian enterprises and their products are grounded. The methodological approach to the identification of competitive structures of target markets, which involves the allocation of functionally-separated groups of its subjects, determination of levels of concentration of capital and economic efficiency of the main activity, is also improved, which also allows to carry out an assessment of the potential of the competitiveness of agrarian enterprises. The justification of the regularity of the growth of the share of domestic sources in attracting agricultural enterprises investment resources for implementation of development programs based on the establishment of sustainable competitive advantages has been fulfilled. The procedures for generating and implementing strategies for developing the potential of competitiveness of agrarian enterprises through comprehensive use of methodical tools for forecasting the economic consequences of their implementation, formalization of management procedures for the selection of strategic alternatives, as well as evaluation of expected reactions of target groups of consumers to create competitive advantages of enterprises and their products are determined. The typology of strategies of innovative and investment development of agrarian enterprises is substantiated by supplementing the existing systems of criteria of object orientation of investments, their volume and intensity of the investment process, functional criteria of the relation of investments to the creation of competitive advantages and their significance for increasing the economic efficiency of agrarian enterprises. The scientific explanation of the definition of "innovation-

investment strategy" is developed, which provides for the orientation of the enterprise to the placement of investments only in order to create sustainable competitive advantages for innovative projects, which allows to establish the causal link between investments, innovations, competitiveness and efficiency in the context of a more systematic and rational formulation of development strategies. The theoretical foundations of innovation orientation of investment activity of agrarian enterprises by the definition of structural features of competitive management systems based on the formation of competitive advantages based on the implementation of innovative solutions are determined.

In the first section "**Theoretical foundations of management of competitive development of agricultural enterprises**" the genesis of the conceptual and categorical apparatus of management of competitive development of agricultural enterprises is studied, characteristics and features of construction of competitive structures of target markets and competitive potential of agricultural enterprises are defined. in the management of agricultural enterprises.

The second section "**Methodology of managing the competitive development of agricultural enterprises**" identifies competitive potential in the structure of economic potential of agricultural enterprises, outlines the essence of functional, instrumental and process concepts of managing the development of competitive potential, and substantiates the architecture of competitive advantage of agricultural enterprises.

The third section "**Structural and dynamic trends of changes in competitiveness, efficiency, investment attractiveness and innovation orientation of agricultural enterprises**" assesses the level of economic efficiency and competitiveness of domestic agricultural enterprises, outlines trends in innovation and investment activities of domestic agricultural enterprises and their object orientation. the competitive potential in the system of strategic management of innovation and investment activity of agricultural enterprises is identified.

The fourth section "**Mechanisms of strategic management of competitive development of agricultural enterprises on the basis of innovation and**

investment" substantiates the architecture and architecture of mechanisms of strategic management of innovation and investment activities and competitiveness of agricultural enterprises, considers the integration of strategic management tools strategic directions of development of competitive potential of agrarian enterprises.

In the fifth section "**Strategies for the development of competitive potential of agricultural enterprises**" identifies sources and tools for investing in innovative projects for the development of agricultural enterprises, substantiates the typology of strategies and performs applied identification of strategic alternatives for competitive development of agricultural enterprises, considered procedural aspects enterprises.

The scientific novelty of the obtained research results lies in the substantiation of theoretical and methodological principles and the development of practical recommendations for managing the competitive development of agricultural enterprises. According to the results of the dissertation research, the following provisions were obtained, which contain scientific novelty and are submitted for defense:

for the first time:

- the conceptual principles of management of competitive development of agricultural enterprises are substantiated, which provide for the allocation of functional and instrumental approaches to creating competitive advantages in the process of implementation of the innovation-innovation model;

- the methodological approach to management of competitive development of the agricultural enterprises on the basis of identification of priority directions of creation of competitive advantages at the expense of mobilization of certain components of economic potential of the enterprises is identified;

- substantiated the architecture and architectonics of the mechanism of management of competitive development of agricultural enterprises, which is based on creating conditions for the implementation of procedures to create competitive advantages by mobilizing components of economic potential of the enterprise depending on the results of internal and external conditions;

improved:

- methodological approach to determining the characteristics and features of competitive construction of markets for agricultural enterprises, which is based on the selection of groups of market participants on a functional basis, assessing the economic efficiency of their activities and capital concentration with further determination of the competitive potential of enterprises;

- identification of patterns of development of competitive potential of agricultural enterprises by investing funds from internal sources in the implementation of development programs, which provide for the creation of sustainable competitive advantages of production and commercial nature;

- organizational and methodological approaches to the formation and implementation of strategies for the development of competitive potential of agricultural enterprises on the basis of forecasting the economic consequences of its implementation, formalization of management procedures for choosing strategic alternatives, as well as forecasting prospects for competitive advantages of agricultural enterprises;

- typology of directions and ways of competitive development of agricultural enterprises on the basis of their division into resource, production, commercial and organizational and managerial with further identification of promising competitive advantages of enterprises and their products;

- classification of strategies of competitive development of agricultural enterprises on the basis of innovation and investment with the allocation of functional and instrumental features of the ratio of investment resources to the formation and implementation of competitive advantages taking into account their impact on the level of economic efficiency of agricultural enterprises.

was further developed:

- scientific interpretation of the definition of "competitive development", which provides for the orientation of the enterprise to create sustainable competitive advantages through the implementation of innovation and innovation projects,

taking into account trends in the functioning and development of target markets for agricultural enterprises;

- methodical approach to the formalization of procedures for creating and implementing competitive advantages in the process of implementing competitive development strategies based on determining the relationship between economic efficiency and competitiveness of agricultural enterprises and their products;

- identification of areas of implementation of innovation and investment model of development in the management of competitive development of agricultural enterprises based on the allocation of targets and sequences of measures aimed at creating sustainable competitive advantages of price and quality through changes in production and marketing activities;

- identification of the competitive potential of agricultural enterprises as an object of strategic management of competitive development by formalizing the relationship between the implementation of innovative solutions and the creation of competitive advantages;

- methodological principles of integration of competitive development management system in the management of agricultural enterprises on the basis of project management by identifying the functionalities of evaluation and selection of strategic alternatives, strategic planning and strategic control given the progressive nature of enterprise development and growth of its competitive potential;

- methodical approach to assessing the competitive potential of the agricultural enterprise, as a set of opportunities to create competitive advantages through the effective implementation of innovation and investment activities given the size, scale and specialization of the enterprise;

- theoretical principles of innovative orientation of investment activity of agricultural enterprises by determining the structural features of competitiveness management systems, which are based on the formation of competitive advantages based on the implementation of innovative solutions.

Key words: competitiveness, enterprise potential, strategy, competitive advantages, management mechanism, innovations, economic efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	25
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	35
1.1. Генезис понятійно-категоріального апарату стратегічного управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств	35
1.2. Конкурентні структури цільових ринків збуту та потенціал конкурентоспроможності аграрних підприємств	64
1.3. Імплементация інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств	79
Висновки до розділу 1	115
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	117
2.1. Ідентифікація потенціалу конкурентоспроможності в структурі економічного потенціалу аграрного підприємства	117
2.2. Функціональні, інструментальні та процесні концепції управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності	136
2.3. Інноваційна орієнтація інвестиційної діяльності в системі формування конкурентних переваг аграрних підприємств	157
Висновки до розділу 2	179

РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ЕФЕКТИВНОСТІ, ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ОРІЄНТОВАНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	181
3.1. Оцінка рівня економічної ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств	181
3.2. Тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності вітчизняних аграрних підприємств та їх об'єктна спрямованість	198
3.3. Ідентифікація потенціалу конкурентоспроможності в системі стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств	206
Висновки до розділу 3	217
РОЗДІЛ 4. МЕХАНІЗМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ТА КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	219
4.1. Архітектура та архітектоніка механізмів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств	219
4.2. Інтеграція інструментарію стратегічного управління конкурентним розвитком в системи менеджменту аграрних підприємств	230
4.3. Ідентифікація стратегічних напрямів розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств	233
Висновки до розділу 4	249
РОЗДІЛ 5. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ	251

ПОТЕНЦІАЛУ	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ		
5.1. Джерела та інструменти інвестування інноваційних проектів розвитку аграрних підприємств		251
5.2. Типологія стратегій та прикладна ідентифікація стратегічних альтернатив розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств		265
5.3. Процедурні аспекти генерування та імплементації стратегій розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств		281
Висновки до розділу 5		298
ВИСНОВКИ		301
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		308
ДОДАТКИ		334

ВСТУП

Актуальність теми. Набуття процесами економічного розвитку поступального характеру та стабільне підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств передбачає формування та нарощування конкурентного потенціалу останніх. Вказане передбачає постійний розвиток економічного потенціалу підприємств, який, по-перше, є сукупністю можливостей економічного зростання та безпосередньо залежить від досягнутого суб'єктом господарських відносин рівня економічної ефективності діяльності, а, по-друге, є джерелом створення стійких конкурентних переваг, а отже основою конкурентного потенціалу підприємства. Слід зазначити, що в основі формування конкурентних переваг та зростання конкурентного потенціалу лежить реалізація проєктів організаційного, технічного, технологічного, виробничого та комерційного розвитку. Реалізація вказаних проєктів розвитку підвищує рівень конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції, що є запорукою підвищення економічної ефективності. При цьому розміщення інвестиційних ресурсів далеко не завжди є орієнтованим на створення стійких конкурентних переваг, які складають елементну основу конкурентного потенціалу підприємства, що призводить або до отримання моментальних ефектів та супроводжується подальшою втратою ринкових позицій, або до нераціонального використання інвестиційних ресурсів, в цілому. Останнє передбачає необхідність узгодження інноваційно-інвестиційних процесів з процесами управління конкурентним розвитком аграрних підприємств. Вказане складає сутність складної наукової проблеми, необхідність вирішення якої обумовлює актуальність обраної теми та конкретизацію напряду виконаного дослідження.

Проблематиці вивчення теоретичних, методологічних, методичних та прикладних засад управління конкурентним розвитком суб'єктів економічних

відносин присвячені наукові праці О.Ю. Амосова, Л.В. Балабанової, Ю.І. Данька, Л.В. Дикань, С. М. Ілляшенка, К. Макконела, О.М. Ніфатової, В.А. Павлової, М. Портера, А. Сміта, Д. Рікардо, Н.П. Тарнавської, Ж. Тіроля, Р.А. Фатхудінова та ін. Теоретико-методологічні та прикладні підходи до формування стратегій підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на засадах підвищення ефективності та раціонального здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності відобразили в своїх працях В.Г. Андрійчук, А.І. Гулей, О.О. Красноруцький, В.В. Лагодієнко, Ю.О. Лупенко, П.М. Макаренко, М.Й. Малік, Т.Г. Маренич, Л.О. Мармуль, В.Я. Месель-Веселяк, В.М. Онегіна, В.М. Орел, Л.В. Слюсарєва, О.О. Школьний, Б.О. Язлюк, І.Б. Яців та ін. Однак, залишаються невивченими проблемні питання, що пов'язані з ідентифікацією та реалізацією стратегічних напрямів розвитку, а також генеруванням та імплементацією відповідних стратегій, з урахуванням умов та особливостей здійснення аграрними підприємствами своєї основної діяльності. Актуальність і значимість цих питань зумовили вибір предметно-об'єктної сфери, постановку мети і завдань дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження виконано відповідно до плану наукових досліджень Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка за темами «Організаційно-економічні та технологічні засади підвищення ефективності виробництва і реалізації продукції в умовах формування інноваційної моделі розвитку агропромислового виробництва» (номер державної реєстрації 0111U005203, 2011-2015 рр.) та «Механізми підвищення конкурентоспроможності, розвитку економічного та виробничо-технологічного потенціалу суб'єктів агропромислового виробництва» (номер державної реєстрації 0116U003477, 2016-2020 рр.), де автором визначено теоретичні та методологічні засади формування управління конкурентним розвитком підприємств.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних, методичних та прикладних засад управління конкурентним розвитком та формуванням конкурентного потенціалу аграрних підприємств.

Реалізація мети дисертаційної роботи обумовила необхідність вирішення наступних завдань дослідження:

- систематизувати понятійно-категоріальний апарат управління конкурентним розвитком аграрних підприємств;
- надати оцінку конкурентній побудові ринків збуту продукції аграрних підприємств та визначити засади ідентифікації їх конкурентного потенціалу;
- визначити пріоритети реалізації інноваційно-інвестиційної моделі в управлінні розвитком конкурентного потенціалу аграрних підприємств;
- обґрунтувати методологічні засади оцінювання конкурентного потенціалу аграрного підприємства;
- ідентифікувати типологію концепцій управління конкурентним розвитком аграрних підприємств;
- обґрунтувати інноваційні засади управління конкурентним розвитком аграрних підприємств;
- визначити взаємний вплив змін економічної ефективності та конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств;
- ідентифікувати пріоритетні напрями створення конкурентних переваг вітчизняних аграрних підприємств;
- виконати оцінку конкурентного потенціалу вітчизняних аграрних підприємств;
- обґрунтувати архітектуру та архітектоніку механізму управління конкурентним розвитком аграрних підприємств;
- визначити напрями та шляхи інтеграції інструментів управління конкурентним розвитком в менеджмент аграрних підприємств;
- ідентифікувати стратегічні напрями конкурентного розвитку аграрних підприємств;

- обґрунтувати склад інструментів управління конкурентним розвитком аграрних підприємств на інноваційно-інвестиційних засадах;
- визначити стратегічні альтернативи конкурентного розвитку аграрних підприємств та відповідну їх сутності типологію стратегій;
- ідентифікувати процедури управління конкурентним розвитком аграрних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентним розвитком аграрних підприємств.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних, методичних і прикладних засад управління конкурентним розвитком аграрних підприємств.

Методи дослідження. Теоретичне і методологічне підґрунтя дослідження в дисертаційній роботі становлять сучасні концепції теорії стратегічного управління та конкуренції, науковий доробок вітчизняних і закордонних вчених стосовно теоретичних і практичних засад формування стратегій конкурентоспроможності в аграрній сфері господарювання. В основу методології дослідження покладено діалектичний метод пізнання, системний і комплексний підходи, що дало можливість всебічно дослідити формалізовану наукову проблему та отримати відповідні результати.

Обґрунтування теоретичних, методологічних та практичних результатів здійснено з використанням таких методів: абстрактно-логічного (для теоретичного узагальнення, формування висновків і рекомендацій); історичного (при дослідженні генезису й розвитку теорії та практики формування стратегій конкурентоспроможності); монографічного (для узагальнення існуючого досвіду управління конкурентоспроможністю); функціонально-вартісного й статистичного аналізу (при дослідженні теоретичних і методологічних засад формування та реалізації стратегій конкурентоспроможності, та при визначенні динаміки, структури та результативності розвитку діяльності аграрних підприємств); графічного й табличного (при інтерпретації отриманих результатів дослідження);

економіко-математичних (при обґрунтуванні підходів до моделювання стратегій конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств); інтегрального (для комплексної оцінки стратегій конкурентоспроможності аграрних підприємств); рейтингового і коефіцієнтного (для дослідження впливу чинників зовнішнього середовища на стратегії забезпечення конкурентоспроможності); емпіричного (для опису існуючих тенденцій розвитку агропромислового виробництва); порівняльного аналізу (визначення позицій конкретних підприємств в ринковому просторі).

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативно-правові акти України, що складають правову базу діяльності аграрних підприємств, офіційні матеріали Державної служби статистики України та Головного управління статистики в Харківській області, Міністерства аграрної політики та продовольства України та Департаменту агропромислового розвитку Харківської обласної державної адміністрації, монографії, наукові статі та інші публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників з проблем стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств агропромислового виробництва, узагальнені дані фінансової та статистичної звітності аграрних підприємств, матеріали вітчизняних, загальнодержавних та міжнародних науково-практичних конференцій, результати анкетувань та опитувань, власні дослідження, спостереження та розрахунки.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у обґрунтуванні теоретико-методологічних засад та розробці практичних рекомендацій з управління конкурентним розвитком аграрних підприємств. За результатами дисертаційного дослідження отримані такі положення, що містять наукову новизну та виносяться на захист:

вперше:

– обґрунтовано концептуальні засади управління конкурентним розвитком аграрних підприємств, які передбачають виділення

функціонального та інструментального підходів до створення конкурентних переваг в процесі імплементації інноваційно-інноваційної моделі;

– ідентифіковано методологічний підхід до управління конкурентним розвитком аграрних підприємств на основі ідентифікації пріоритетних напрямів створення конкурентних переваг за рахунок мобілізації певних компонент економічного потенціалу підприємств;

– обґрунтовано архітектуру та архітектоніку механізму управління конкурентним розвитком аграрних підприємств, в основі якого лежить створення умов для реалізації процедур створення конкурентних переваг за рахунок мобілізації компонент економічного потенціалу підприємства в залежності від результатів урахування внутрішніх та зовнішніх умов здійснення основної діяльності;

удосконалено:

– методологічний підхід до визначення ознак та особливостей конкурентної побудови ринків збуту продукції аграрних підприємств, в основі якого лежить виділення груп суб'єктів ринку за функціональним принципом, оцінювання показників економічної ефективності їх діяльності та концентрації капіталу з подальшим визначенням ступеня розвитку конкурентного потенціалу підприємств;

– ідентифікацію закономірностей розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств за рахунок інвестування коштів з внутрішніх джерел в процесі реалізації програм розвитку, які передбачають створення стійких конкурентних переваг виробничого та комерційного характеру;

– організаційно-методичні підходи до формування і реалізації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств на основі засобів прогнозування економічних наслідків його реалізації, формалізації управлінських процедур вибору стратегічних альтернатив, а також прогнозування перспектив реалізації конкурентних переваг аграрних підприємств;

– типологію напрямів та шляхів конкурентного розвитку аграрних підприємств на основі їх поділу на ресурсні, виробничі, комерційні та організаційно-управлінські з подальшою ідентифікацією перспективних конкурентних переваг підприємств та їх продукції;

– класифікацію стратегій конкурентного розвитку аграрних підприємств на інноваційно-інвестиційній основі з виділенням функціональних та інструментальних ознак відношення напрямів використання інвестиційних ресурсів до формування та реалізації конкурентних переваг з урахуванням їх впливу на рівень економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств.

набуло подальшого розвитку:

– наукове тлумачення дефініції «конкурентний розвиток», який передбачає орієнтацію діяльності підприємства на створення стійких конкурентних переваг за рахунок реалізації інноваційно-інноваційних проектів з урахуванням тенденцій функціонування та розвитку цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств;

– методичний підхід до формалізації процедур створення та реалізації конкурентних переваг в процесі імплементації стратегій конкурентного розвитку на основі визначення зв'язку економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції;

– ідентифікація напрямів імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в управлінні конкурентним розвитком аграрних підприємств на основі виділення цільових орієнтирів та послідовностей заходів, спрямованих на створення стійких конкурентних переваг цінового та якісного характеру шляхом зрушень у виробничій та збутовій діяльності;

– ідентифікація конкурентного потенціалу аграрного підприємств в якості об'єкта стратегічного управління конкурентним розвитком шляхом формалізації зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних переваг;

– методичні засади інтеграції системи управління конкурентним розвитком в менеджмент аграрних підприємств на засадах проектного менеджменту шляхом ідентифікації функціоналів оцінювання та вибору стратегічних альтернатив, стратегічного планування та стратегічного контролю з огляду на дотримання поступального характеру розвитку підприємства та зростання його конкурентного потенціалу;

– методичний підхід до оцінки конкурентного потенціалу аграрного підприємства, як сукупності можливостей створення конкурентних переваг за рахунок ефективного провадження інноваційно-інвестиційної діяльності з огляду на розміри, масштаби та спеціалізацію підприємства;

– теоретичні засади інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності аграрних підприємств шляхом визначення структурних особливостей систем управління конкурентоспроможністю, в основі яких лежить формування конкурентних переваг на основі реалізації інноваційних рішень.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості використання теоретико-методологічних, методичних і практичних результатів і пропозицій у діяльності аграрних підприємств при формуванні конкурентних стратегій їх діяльності, державними органами різних рівнів при розробці галузевих і регіональних стратегічних програмних документів.

Основні положення, висновки і пропозиції дисертаційної роботи доведено до рівня науково-методичних рекомендацій, які апробовано та прийнято до впровадження що засвідчено відповідними актами і довідками. Результати дослідження, висновки та рекомендації, що містяться в дисертаційній роботі, схвалені та використовуються в практичній діяльності Департаменту агропромислового розвитку Харківської облдержадміністрації (довідка № 07-27/07/570 від 28.05.2021 р.), а також аграрних підприємств, а саме ТОВ «Відродження» Харківського району (довідка № 019 від 15.02.2021 р.) та ТОВ «Агрофірма імені Гагаріна» Зміївського району (довідка № 021 від 08.02.2021 р.) Харківської області.

Окремі результати дисертаційної роботи використовуються у науково-методичному забезпеченні навчального процесу в Харківському національному технічному університеті сільського господарства імені Петра Василенка (довідка № 05-076 від 25.03.2021 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом власного наукового дослідження автора. Наукові результати, висновки і рекомендації, що виносяться на захист, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використані лише власні ідеї та розробки автора. Дослідження не містить матеріалів отриманих в кандидатській дисертації.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дослідження доповідалися, обговорювалися і отримали схвальні відгуки на міжнародних науково-практичних конференціях, семінарах, форумах, серед яких найбільш важливими були: III Міжнародної науково-практичної конференції «Формування та розвиток інтеграційних процесів в АПК» (Полтава, 2011); «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи» (Харків, 2013); «Маркетингове забезпечення ринку продовольства» (Полтава, 2013); «Сучасні педагогічні технології управління науково-дослідною діяльністю студентів» (Полтава, 2014); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (Полтава, 2014); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (Полтава, 2015); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (Полтава, 2016); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (Полтава, 2017); «Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки» (Полтава, 2017); «Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК» (Полтава, 2017); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії

(Полтава, 2018); Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (Полтава, 2019).

Публікації. За результатами виконаного дисертаційного дослідження опубліковано 41 наукову працю (22 є одноосібними), із них: одна одноосібна монографія, 4 розділи колективних монографій, 20 статей у вітчизняних фахових наукових виданнях, 5 статей у зарубіжних виданнях та 11 публікацій в інших виданнях. Загальний обсяг публікацій становить 32,5 ум. друк. арк., з них особисто автору належать 28,5 ум. друк. арк.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТА КОНКУРЕНТНИМ
РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Генезис понятійно-категоріального апарату управління
конкурентоспроможністю

На сьогодні традиційні форми взаємодії суб'єктів економічних відносин усе більшою мірою піддаються впливу інтеграційних та глобалізаційних процесів у світовій економіці. Трансформаційні зміни, зумовлені глобальним характером більшості економічних процесів, призвели, зокрема, до певного перерозподілу ролі і значення окремих ринкових суб'єктів більшості сфер економічної діяльності, зміни їх конкурентних позицій на цільових ринках. З огляду на це для останніх актуалізується питання пошуку методів, необхідних для досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності, здатного забезпечити їм економічно ефективне функціонування як у коротко-, так і у довгостроковому періоді часу. Адже саме загострення конкуренції на цільовому ринку вимагає від суб'єктів господарювання максимальної мобілізації всіх наявних та потенційних ресурсів з метою формування та реалізації стратегій ефективної поведінки на ринку.

За таких умов поняття конкуренції певним чином трансформується, що зумовлює необхідність формування концепції теоретичного підходу до визначення його як економічної категорії що дозволить здійснити перегляд та врахування впливу всіх аспектів та чинників на стан показників конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.

Значний внесок в формування та розвиток науково-теоретичної бази конкуренції зробили визнані світові вчені-економісти А. Сміт [1], Д. Рікардо [2], Дж. С. Мілль [3], А. Маршалл [4], А.О. Курно [5], Ф. Еджворт, А. Лернер, Е. Чемберлін, Дж. Робінсон, Г. фон Штакельберг, Й. Шумпетер [16], П. Хейне

[6], Ф. фон Гайєк [17], Ф. Найт, К. Макконел [9], С. Брю, Г. Хемел [11], К.К. Прахалад, М. Портер [15], Дж. Стіглер.

Одна з перших спроб описати проблеми конкуренції була зроблена засновником класичної французької політичної економії П. Буагільбером, який сформулював принцип «економії невтручання та вільної конкуренції», відповідно до якого має здійснюватись розподіл праці між галузями [ист эк мысли, с. 216]. Теоретичне обґрунтування цього принципу було зроблене А. Смітом в роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.). Вчений визначав конкуренцію силою, здатною встановлювати та регулювати ринкову рівновагу за допомогою механізму взаємодії попиту та пропозиції та вільного формування ціни. В умовах досконалої конкуренції скорочення пропозиції призводить до конкуренції серед покупців, що піднімає ціни; а надмірна пропозиція створює конкуренцію між виробниками та призводить до зменшення цін, тобто конкуренція є процесом реакції на ринкові зміни та способом досягнення рівноваги.

Конкуренції А. Сміт відводив роль «невидимої руки ринку», що яка змушує виробників встановлювати рівень цін, близький до рівня витрат, та покращувати якість продукції, та забезпечує їм конкурентні позиції. Класик вважав, що підвищення конкурентоспроможності держав та покращення добробуту їх населення можливе в умовах розвитку міжнародного поділу праці та вільної конкуренції.

Еволюційні процеси в економіці призвели до втрати актуальності деяких результатів роботи класика, однак фундаментальною залишається його концепція збалансованого ціноутворення в результаті впливу конкурентних сил, що є визначальною при формуванні розуміння взаємовідносин між конкуруючими ринковими суб'єктами.

Прихильником та послідовником ідей А. Сміта був англієць Д. Рікардо. Він побудував теоретичну модель досконалої конкуренції (Perfect competition) та сформулював основні принципи її функціонування в довгостроковому періоді. Визначаючи визначальну роль конкуренції в процесі цінового

збалансування, він виявив при цьому закономірні тенденції норми прибутку, а також регулювання величини заробітної плати: «...говорячи про товари, їх мінову вартість і закони, що регулюють їх відносні ціни, ми завжди маємо на увазі тільки ті товари, кількість яких може бути збільшена за допомогою людської праці, і на виробництво яких впливають конкурентні сили, які не піддані ніяким обмеженням [2]».

Підтримуючи погляди А. Сміта щодо користі міжнародного поділу праці, Д. Рікардо сформував теорію відносної переваги. Він довів, що будь-яка країна може бути конкурентоспроможною та отримувати вигоду від зовнішньої торгівлі, маючи лише відносні, а не абсолютні переваги, тобто виробляючи певний товар краще і дешевше, ніж все інше.

Обовязковою умовою прогресу вважав конкуренцію Дж. С. Мілль, виступаючи проти будь-яких її обмежень. Він вважав конкуренцію економічним законом, якому підпорядковуються процеси регулювання цін [3].

Вчений зробив суттєвий внесок в теорію порівняльних переваг Д. Рікардо, розширивши її дослідженнями нових факторів, які забезпечують країнам, що їх мають, конкурентні переваги на міжнародних ринках, та сформувавши. В ході дослідження про вирівнювання міжнародного попиту, ним введено такі поняття альтернативних витрат, економії на масштабах, цінової еластичності попиту.

На відміну від класиків політичної економії, які вважали конкуренцію потужним двигуном товарного виробництва, що за умов міжнародного поділу праці здатний забезпечити загальний прогрес державам, К. Маркс та його послідовники вважали конкурентну боротьбу гальмуючим фактором капіталістичного способу виробництва з огляду на протилежні інтереси найманої праці (що створює додаткову вартість, за рахунок якої може змінюватись ціна) та капіталу. К. Маркс визначав конкуренцію як «властиву товарному виробництві, заснованому на приватній власності на засоби виробництва, антагоністичну боротьбу між приватними товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва та збуту товарів та одночасно механізм

стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва» [Маркс, с. 110]. Результатом такого «стихійного» регулювання марксистки вважали виникнення монополій в період становлення індустріального способу виробництва.

Загалом, неминучість виникнення монополій в результаті розвитку великотоварного виробництва та ринкового конкурентного середовища індустріального суспільства обґрунтовували такі відомі економісти, як А. Маршалл, Дж. Б. Кларк, А. Пігу, Й. Шумпетер.

Теоретичні надбання та результати практичних спостережень основних рис та форм конкуренції забезпечили розуміння механізмів утворення вільних «природних» цін.

Результати подальшого дослідження явища досконалої конкуренції знайшли своє відображення в роботах англійського економіста А. Маршалла [4]. Розвиваючи ідеї А. Сміта та Дж. С. Мілля, вчений сформулював та обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою вільної (досконалої) конкуренції, за якого в результаті урівноваження попиту та пропозиції формується рівень цін. Унікальним в дослідженнях А. Маршалла є те, що створюючи модель стану такої рівноваги, він враховував кон'юнктурні особливості ринків (мінливість ринкового середовища, дії конкурентних сил). Так, він виявив, що в процесі виробництва продукції можливість для нарощування конкурентних переваг з'являється за умови, коли певний фактор виробництва використовується неповністю і масштаби виробництва не забезпечують мінімум витрат, тобто критерієм конкурентоспроможності відповідно до цієї моделі виступає наявність у виробника факторів, що можуть забезпечити вищу продуктивність. Ці дослідження лягли в основу концепції дії законів граничної корисності та граничної продуктивності.

Досліджуючи механізми взаємодії попиту та пропозиції, вчений визнав необхідність врахування проміжного стану між монополією та конкуренцією, виявивши, що певний елемент монополії є характерним для будь-якої

конкурентної системи.

Таке явище в подальшому отримало назву недосконалої конкуренції, яка обґрунтовувалась в подальшому представниками математичної школи політичної економії А. О. Курно, Ф. Еджвортом та А. Лернером.

Так, математичне обґрунтування того, що характеристики чистої досконалості в конкуренції присутні лише в умовах таких ринків, на яких об'єми виробництва одного підприємства не справляють вплив на ціну ні за умови нарощування цих об'ємів, ні при повному виведенні потужностей цього підприємства з ринку, було зроблене французьким економістом та математиком А. О. Курно. «Недосконалість» конкуренції вчений визначав як ситуацію, за якої ціна на продукцію перевищує витрати на її виробництво та реалізацію, а досконала конкуренція, відповідно, можлива за умови, коли різниця між ціною та собівартістю продукції прямує до нуля, що, на думку дослідника, можливо лише при наближенні кількості конкурентів до нескінченності [5].

Французький вчений також відомий завдяки сформульованій ним моделі олігополії, названій в його честь (Cournot competition), яка дозволила виокремити монополістичну (Monopoly) та олігополістичну (Oligopoly) моделі ринкової конкуренції. В подальшому математичні описи теоретичних моделей монополії та олігополії були зроблені Ф. Еджворт [6], а А. Лернером було запропоноване визначення монопольної влади та її характеристик [7].

Суттєвий внесок в розвиток теорії конкуренції був зроблений Дж. Робінсон та Е. Чемберліном. Здійснивши аналіз механізму формування цін і реалізації монопольного прибутку в умовах недосконалої конкуренції, Дж. Робінсон виявила, що недосконала конкуренція характеризується маневруванням цінами, завдяки чому при нарощуванні обсягів виробництва збільшується прибуток. Дослідниця вважала, що модель недосконалої конкуренції виникає тоді, коли конкуруючі виробники створюють різний товар, на який кожен з них має монополію. Така модель заперечує одночасне існування монополії та конкуренції, протиставляючи ці явища одне одному.

Бурхливий індустріальний розвиток, що характеризувався інноваціями в технологіях, концентдефініцій понять, що застосовувались для характеристики тих чи інших тенденцій впливу наявності певної кількості господарюючих суб'єктів на внутрішнє середовище ринків, на яких ці суб'єкти реалізують своїх комерційні інтереси. Особливо бурхлива критика була спрямована на теорію автоматичного переходу ринку в стан цінової рівноваги, викликаного незалежними діями конкурентів [9, 10, 11]. В умовах виникнення значної чисельності монополічних компаній та стрімким поширенням пов'язаних з цим процесів вченим-економістам довелося сконцентрувати увагу їх вивченні та обґрунтуванні, що, в свою чергу, вимагало введення нових економічних категорій.

Револьюційним в економічній науці стало виникнення в 30-х роках ХХ ст. концептуально нового підходу до визначення конкурентних відносин, сформульованого американським економістом Е. Чемберліном. Керуючись в ході досліджень механізмів ціноутворення в умовах монополізації ринків дефініціями, запропонованими А. Маршаллом, вчений виявив наявність як монополістичних, так конкурентних ознак у переважної чисельності капіталістичних ринків. Такі висновки кардинально зрушили канонічне уявлення про взаємовиключність понять монополії та конкуренції. Теорія Е. Чемберліна ґрунтується на розумінні унікальності товару, запропонованого кожним з числених продавців на ринку, тобто в момент, коли окремий виробник справляє вплив на споживача через ексклюзивні якості свого товару та, відповідно, ціну, ринок досконалої конкуренції може проявляти ознаки монополії [12]. Для характеристики результатів своїх досліджень ним було введено поняття монополістичної конкуренції (*Monopolistic competition*).

Абсолютно іншим підходом в дослідженнях конкуренції та її ролі в економіці кінця ХІХ – початок ХХ ст. була концепція ефективної конкуренції за допомогою інновацій Й. Шумпетера. Обґрунтувавши виключну роль позитивних можливостей монополій в розвитку науково-технологічного процесу, він відводив визначальну роль конкуренції нововведень, які вважав

головними факторами створення конкурентних переваг країн та отримання монопольних прибутків.

Визначальними в теорії досконалої конкуренції стали висновки нобелівського лауреата Дж. Стіглера, який зазначав, що існування досконалої конкуренції можливе за умови, коли в межах досконалого ринку здійснює діяльність невизначено велика чисельність конкурентів. При цьому теоретично ймовірна здатність монополій проявляти основні характеристики досконалого ринку – абсолютну поінформованість виробника щодо попиту, пропозиції та цін – виводить явище конкуренції з переліку необхідних умов існування такого ринку [8].

Подальші дослідження в сфері конкурентних відносин здійснювались в аспектах розподілу компетенцій та можливостей справляти вплив на учасників внутрішнього середовища ринків, в результаті чого була побудовна парадигма диференціації ринків за умовною кількістю учасників, які здійснюють на цих ринках економічну діяльність та реалізують свої комерційні інтереси. Найбільш лаконічну систему типології ринків, що враховує кількість покупців та продавців, у 1934 р. представив німецький вчений Г. фон Штакельберг [13] (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Типологізація ринку попиту та пропозиції за Г. фон Штакельбергом

Покупці	Продавці		
	Багато	Кілька	Один
Багато	Двобічна поліполія	Олігополія	Монополія
Кілька	Олігопсонія	Двобічна олігополія	Монополія, обмежена олігопсонією
Один	Монопсонія	Монопсонія, обмежена олігополією	Двобічна монополія

Варто зазначити, що в представленій типологізації відсутні такі вище

розглянуті типи ринкових структур, як «досконала конкуренція» та «монополістична конкуренція». На думку Г. фон Штакельберга, кожна з них може бути віднесеною до типу двобічної поліполії, так як кожна з них характеризується численною кількістю операторів (покупців і продавців). Різниця між цими структурами визначається характеристиками товару, представленого на ринок. Так, реалізація однорідного товару на ринку надає двобічній поліполії рис досконалої конкуренції, а диференційований (унікальний) товар формує ознаки монополістичної конкуренції.

Планомірні спроби сформулювати концептуальне визначення терміна «конкуренція» в ході історичного розвитку світових економічних відносин, дозволили здійснити чітку систематизацію особливостей структурного підходу до формування розуміння конкурентних відносин в сучасному суспільстві. Використання основних засад структурного підходу, на нашу думку, є найбільш вдалим при визначенні пріоритетних напрямів побудови концепції управління конкурентоспроможністю підприємств, що спеціалізуються на виробництві зерна. Поряд зі структурною концепцією, розглянемо основні положення та наукові напрацювання поведінкової та функціональної концепції, та обґрунтуємо доречність опиратись саме на структурний підхід при визначенні пріоритетних напрямів розробки систем конкурентоспроможності.

Базові принципи *поведінкового підходу* були сформульовані А. Смітом та Д. Рікардо, що свідчить про його історичну першість. Відповідно до нього конкуренція визначається як боротьба за найвигідніші результати в на певному внутрішньому ринку. Вагомий подальший внесок в розвиток поведінкового підходу зробив американський вчений-економіст П. Хейне, в роботах якого конкуренція представлена як суперництво виробників в умовах обмеженої кількості ресурсів за кошти покупців задля залучення цих ресурсів [14]. Також, застосування положень поведінкового підходу дозволило М. Портеру [15] представити конкуренцію, пояснюючи поведінку конкуруючих продавців бажанням вигідно розподілити свої ресурси шляхом скорочення

витрат та диференціації якісних характеристик продукції. При цьому фактором, що визначає стан конкуренції, М. Портер вважав ступінь впливу навколишнього середовища поведінку цих продавців.

В основу *структурної концепції* покладено сучасну теорію типологізації ринку, що дозволяє сформулювати критерії та підходи до оцінювання стану конкуренції та, як наслідок, визначення портеби централізованого регулювання процесу розвитку конкуренції на ринках.

Особливістю структурного трактування конкуренції є те, що остання визначається як особлива ситуація, для якої характерним є вплив таких чинників, як наявність значної кількості дрібних виробників, не спроможних впливати на формування ціни вироблюваного товару, однорідність представленого на ринок товару, повна поінформованість про ціну товару всіх учасників ринку, вільний вхід та вихід з ринку. Комбінація наведених вище факторів дозволяє виокремити такі моделі ринку як досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія та монополія.

Безумовно, таке структурування може бути застосоване лише відносно конкретних ринків товарів в статичному стані. Однак визначення та дослідження кожного типу ринкової структури дозволяє проаналізувати умови, що панують на даному ринку та ступінь інтенсивності.

На противагу структурному підходу функціональний підхід передбачає вивчення конкуренції з точки зору виконуваних нею функцій та виконуваної нею ролі в процесі економічної взаємодії операторів ринку. Відповідно до даного підходу виробники, реагуючи на зростаючі портеби та вимоги споживачів, знаходяться в стані постійного пошуку нових видів продукції, шляхів підвищення її якості, що дозволяє вивчати конкуренцію в динаміці. Функціональна роль конкуренції проявляється з одного боку в стимулюванні науково-технічного, технологічного та інформаційного розвитку, дисфункцією є дестабілізація бізнесу, що може спричинити інфляцію та безробіття. Зокрема, одним з основоположників даного підходу є Й. Шумпетер, який вважав, що саме надання товару унікальних якостей за умови

формування на нього ціни в межах задоволення платоспроможного попиту населення дозволяє підприємству закріпитись на ринку [16]. Підтримуючи думку Й. Шумпетера, Г. фон Гайек називав конкуренцію силою, здатною в умовах ринкової невизначеності прогнозувати природу та тенденції нестабільних потреб споживачів (смаків та цінностей) та сприяти насиченню ринка унікальними інноваційними товарами [17]. Ще один прихильник даного підходу Ж.Ж. Ламбен функціональне значення конкуренції вбачав у визначенні напряму пошуку зміни в розподілі суспільних потреб та, відповідно, способів їх задоволення, визначаючи її як процедуру відкриття.

З метою раціоналізації процесу створення загальної концепції управління конкурентоспроможністю підприємств вітчизняною дослідницею Н.П. Тарнавською було розроблено структуру пріоритетів побудови систем управління конкурентоспроможністю за кожним з цих підходів [18] (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Пріоритети наукових підходів до трактування сутності конкуренції при побудові систем управління конкурентоспроможністю підприємств

Науковий підхід	Формулювання пріоритетів
1. Поведінковий підхід	<ul style="list-style-type: none"> - обґрунтування стратегії поведінки підприємства на ринку; - вибір методів конкурентної боротьби; - виявлення мотивів конкуренції (у т. ч. неекономічного характеру)
2. Структурний підхід	<ul style="list-style-type: none"> - орієнтація на системний підхід і пріоритет середовища функціонування підприємств; - широке розуміння управління конкурентоспроможністю підприємств з урахуванням тенденцій товарного, фінансового ринків та ринку робочої сили; - пошук нових ринкових можливостей; - управління гнучкістю підприємств.
3. Функціональний підхід	<ul style="list-style-type: none"> - формування інноваційного типу поведінки; - зростання значущості ресурсного підходу в управлінні; - мотивація інноваційної діяльності та креативність; - формування і розвиток інноваційної інфраструктури; - побудова стратегій конкуренції на інноваційній основі

Маючи на меті визачення раціональних способів оцінки інтенсивності конкуренції, методів та прийомів, ефективних при завойовуванні ринків, а також формування пріоритетних напрямів реалізації комплексних заходів щодо стратегічного прогнозування поведінки ринкових операторів та їх конкурентоспроможності як чинника, здатного забезпечити ринкову взаємодію на перспективу, запропоноване групування наукових підходів щодо визначення концептуальних поглядів на розуміння сутності конкуренції доцільно застосовувати при системному підході. Порівняльний аналіз визначених пріоритетів за приведеною класифікацією дозволив визначити методологічний діапазон розвитку системи управління конкурентоспроможністю підприємств-зерновиробників в аспекті вивчення цільових ринків збуту таких підприємств та з огляду на особливості економічних відносин в агропромисловій сфері.

Авторка даної структури пріоритетів Н.П. Тарнавська найбільш доцільним вважає застосування положень функціонального підходу, який в найповнішій мірі розкриває інтенсивність розвитку сучасного суспільства знань (Knowledge Society) та більшості сфер та галузей економічної діяльності. На нашу думку, стан вітчизняної сільськогосподарської галузі має певні особливості розвитку, а аналіз його конкурентного середовища потребує індивідуального підходу в аспектах систематизації умов забезпечення конкурентоспроможності задіяних в ньому господарюючих суб'єктів. Побудова та обґрунтування такого симбіотичного підходу дозволить закласти фундамент для повного переходу сільськогосподарської галузі на інноваційну основу та дозволить подальше успішне застосування положень функціонального підходу, спрямованого на досягнення передового рівня конкурентоспроможності підприємств.

При цьому, варто зауважити, що нарощування результатів від впровадження інноваційних технологій в зерновий напрямок виробництва можливе до певної міри з огляду на особливості виробничого напрямку, які обімовлені тією обставиною, що зерно як кінцевий продукт зерновиробництва

є сировиною, якій немає еквівалентних заміників. Основною ж характерною рисою функціонального підходу, на думку дослідників даної концепції [19, 20, 21], є конкуренція за досягнення вигідної ринкової позиції та можливість впливати на попит за допомогою надання продукції, що виробляється, унікальних якостей і, як наслідок, справляти певний вплив на процес ціноутворення.

Природне походження унікальних властивостей зерна є обмежуючим фактором в процесі впровадження та реалізації креативних рішень при намаганні додати продукту додаткової унікальності та знижує інвестиційну привабливість напряму виробництва в визначеному аспекті. Це актуалізує проблему пошуку альтернативних способів досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємств-виробників зерна.

Крім того, особливістю галузі рослинництва взагалі та зерновиробничого напряму зокрема є той факт, що вони характеризуються більшою різноманітністю засобів виробництва, використовуваних в процесі господарської діяльності. Так, основним засобом виробництва в рослинництві є земля, яка для промислових підприємств виступає виключно просторовою характеристикою. Функціональне значення використання землі як засобу виробництва спричиняє свого роду іммобільність інших видів ресурсів, задіяних в процесі виробництві зерна. Так, обсяги основних та оборотних засобів, що переміщуються з сільського господарства до інших галузей, обмежені відносно сталими розмірами сільськогосподарських угідь, обробіток яких потребує конкретної кількості таких засобів.

З огляду на викладене вище, вважаємо, що в рамках дотримання інтересів підприємств – виробників зерна, більш раціональним буде застосування не ресурсного підходу в управлінні економічною діяльністю (що базується на забезпеченні конкурентних переваг на основі унікальності кінцевого продукту, а також реклами, додаткових сервісів та підвищення фахових компетенцій працівників) як частини функціональної концепції визначення пріоритетів побудови систем управління

конкурентоспроможністю, а такого підходу, за якого зусилля виробників зможуть бути сконцентровані на тенденціях товарних та ресурсних ринків. На нашу думку, це є логічним з огляду на характерні особливості сфери виробництва зерна:

- жорстка залежність збутової діяльності виробників зерна від змін величини попиту на вироблену продукцію, що обумовлює необхідність планування обсягів виробництва на основі кон'юнктурних змін на зернових ринках, визначає риси олігопсонічні риси конкурентного становища на цільових ринках збуту зернової сировини;

- брак власних коштів у малих та середніх за розміром підприємств, що спеціалізуються на виробництві зерна, необхідних для оновлення основних фондів та забезпечення ними розширеного виробництва, що обумовлює залежність таких виробників від кредитів поряд з обмеженістю доступу до них. Подібним чином така залежність проявляється і при формуванні запасів оборотних засобів, особливо з огляду на сезонність виробництва зерна;

- трудова міграція сільського населення, зумовлена, зокрема, і сезонним характером виробництва, створює конкуренцію між такими сезонними виробниками в залученні додаткових трудових ресурсів у найбільш насичені періоди ведення господарської діяльності.

Таким чином, подальше формулювання дефініцій понятійно-категоріального апарату та систем управління конкурентоспроможністю підприємств зернового напрямку виробництва буде переважно базуватись на особливостях та пріоритетах представленого вище підходу.

На основі аналізу вітчизняних та зарубіжних літературних джерел узагальнено систему сучасних теоретичних поглядів на понятійно-категоріальний апарат системи конкурентних відносин, що, на нашу думку,

найбільш повно характеризує сутність конкуренції в аспекті її структурної інтерпретації (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Сучасні уявлення та економічна характеристика категорії
«конкуренція»**

Поняття	Автор	Зміст поняття
1	2	3
Конкуренція	М. Ажнюк, О. Передерій	Економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку [ажнюк].
Економічна конкуренція	Закон України «Про захист економічної конкуренції»	Змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [23].
Досконала (чиста) конкуренція	Мочерний С.В. Гаврилишин Б.Г. Устенко О.А.	Економічне суперництво між суб'єктами господарювання, при якому жоден з них, незважаючи на масштаби і сферу діяльності, не може впливати на загальну ринкову ситуацію або ж цей вплив можна проігнорувати [24].
Недосконала конкуренція	Ф. фон Гайєк	Динамічна модель конкуренції, відповідно до якої у вихідній точці учасники ринку мають розрізнену, неоднакову і неповну інформацію. Ця модель характеризується поєднанням конкуренції і ринкової влади, яка полягає у здатності продавців чи покупців впливати на ціну товару [26].
Добросовісна конкуренція	Лемке Г.	Конкуренція, яка заснована на звичній діяльності бізнес-структури і забезпечує переваги збуту продукції за рахунок покращення якості товарів, сервісу, надання скидок, бонусів тощо [27].
Недобросовісна конкуренція	Лемке Г.	Конкуренція, яка забезпечує переваги збуту своєї продукції за рахунок використання різноманітних методів, форм і засобів, які мають неправомірний характер і значно обмежують бізнес-можливості інших учасників ринкових відносин [27].
Цінова конкуренція	Клименко С.М. Омельяненко Т.В. Барабась Д.О.	Конкуренція, яка здійснюється шляхом реалізації стратегії витіснення конкурентів з ринку шляхом встановлення рівня цін на продукцію, який нижче рівня цін на аналогічну продукцію конкурентів. Недопущення штучного зниження цін (демпінгу) регламентується міжнародними нормами [28].
Конкурентна політика	Паламарчук Г.М.	Політика, що спрямована на посилення змагальності і, отже, на зростання обсягу виробництва. Комплекс заходів щодо створення конкурентного середовища [31].

1	2	3
Нецінова конкуренція	Клименко С.М. Омельяненко Т.В. Барабась Д.О.	Конкуренція, в рамках якої товаровиробники використовують будь-які законні засоби (крім цін) з метою залучення і утримування споживачів. Наприклад: підвищення якості продукції, надання кредитів на придбання продукції, гарантії післяпродажного обслуговування тощо [28].
Внутрішньогалузева конкуренція	Черепанова Н.О.	Конкуренція виробників однієї галузі, що виробляють однорідний продукт. Її результатом стає формування єдиної ринкової вартості, або ціни товару [66].
Міжгалузева конкуренція	Черепанова Н.О.	Боротьба за найприбутковіші сфери докладання капіталу. Її механізм полягає у вільному переміщенні капіталів із менш прибуткових у більш прибуткові галузі. [66].
Горизонтальна конкуренція	Герасименко А.Г.	Конкуренція між виробниками одного і того ж виду товару. Є різновидом внутрішньогалузевої конкуренції, тобто конкуренції з приводу найбільш кращого виробництва функціональних властивостей і параметрів товару [67].
Вертикальна конкуренція	Герасименко А.Г.	Конкуренція між виробниками різних товарів, здатних задовольняти одну і ту ж потребу покупця. Є різновидом міжгалузевої конкуренції. Наприклад, потреби споживачів інформації можна задовольняти за допомогою телевізорів, газет, мобільних телефонів, радіо тощо. [67].
Гіперконкуренція	Єрохін С.А.	Ситуація, коли підприємства дедалі більшою мірою зазнають сукупного впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної та агресивної конкуренції [29].
Конкурентний механізм	Шлюсарчик Б.	Суспільно-економічний механізм, що координує одиничні організаційно-алокатійні та спрямовані на підвищення ефективності заходи, які впливають на суспільний поділ праці та розподіл економічних ресурсів [30].
Конкурентний потенціал	Педченко Н.С.	Процес формування генерального перспективного напрямку розвитку на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища, які забезпечують їх досягнення, оцінки перспективних можливостей щодо зростання ефективності функціонування та зміцнення конкурентоспроможності [32].
Конкурентні переваги	Піддубний І.О. Піддубна А.І.	Сукупність власних і набутих активів і характеристик діяльності підприємства, використання яких забезпечує йому ексклюзивну компетентність у певній сфері діяльності і переваги над конкурентами [33].

роцес переходу від планової економіки до ринкової системи господарювання в Україні супроводжувався актизацією інтересу наукового суспільства до досліджень предмета конкурентних відносин, що лежать в основі останньої. Однак, радикальне переспрямування економічної системи зумовило виникнення значної кількості різновекторних наукових думок, що ускладнило досягнення згоди між науковцями щодо базових економічних категорій в цьому напрямку дослідження. В цей період зусилля науковців були спрямовані на дослідження форм конкуренції, її позитивні та негативні прояви, а також на визначення ролі конкуренції у побудові систем та методів стратегічної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності в системі ринкових відносин.

Завдяки відповідності характерних ознак взаємовідносин аграрних підприємств з іншими операторами ринку особливостям структурного підходу до визначення конкуренції природі цього явища на цільових ринках реалізації економічних інтересів вказаними господарюючими суб'єктами з'явилась можливість формування пріоритетних напрямів проведення даного дослідження та побудови його структури.

Практичне значення процесу дослідження теоретико-методологічного апарату конкурентних відносин полягає в розробці та впровадженні систем стратегічного планування діяльності підприємницьких структур, здатних швидко адаптуватись до різних умов прояву конкуренції. В 60-х рр. ХХ ст. американський економіст М. Портер запропонував дефініцію конкурентоспроможності, яка дозволила задовільнити основні вимоги економічної ефективності обґрунтування, порівняння, та впровадження подібних систем. За М. Портером конкурентоспроможність є властивістю продукту чи суб'єкта ринкових відносин оперувати на визначеному ринку нарівні з іншими присутніми там аналогічними продуктами чи конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [34].

В процесі розвитку економічних відносин між суб'єктами ринку з'являлись нові думки та змінювались наукові підходи щодо трактування

конкурентоспроможності [35, 36, 37]. На сьогодні існуючі визначення економічної категорії базуються на суб'єктивних факторах її застосування, а єдиного загально визнаного її тлумачення не існує.

Розглядаючи конкурентоспроможність в контексті діяльності великих підприємств, зокрема, акціонерних товариств, вітчизняний науковець Г.М. Скудар зазначав, багатоаспектність даної категорії та можливість її застосування на рівні товару, товаровиробника, галузі чи цілої країни [38].

На думку групи російських дослідників [39] суб'єктивність представлення терміну обумовлена наявністю чотирьох рівнів його застосування: товарного, мікро-, мезо- та макрорівнів. Такий діапазон застосування дозволив вченим досить широко тлумачити поняття конкурентоспроможності як «...можливості ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку».

Подібна система розмежування, на нашу думку, є найбільш вдалою та лаконічною і дозволяє якнайширше розкрити сутність конкурентоспроможності в практичному аспекті його застосування в межах визначеного напрямку досліджень. Основні фактори, які визначають конкурентоспроможність на перелічених рівнях наведені в таблиці 1.4.

Варто зауважити, що на сьогодні, в умовах глобалізації, вченими закладається підґрунтя для вивчення конкуренції між підприємствами також на квазімікро-, мезо-, квазімезо-, макро- та глобальному рівнях [Чернега, с.7].

Вплив суб'єктивних факторів на формування однозначного визначення конкурентоспроможності зазначав І.В. Смолін, обґрунтовуючи це тим фактом, що існує два прояви її сутності: як економічної категорії та як характерної риси конкурентного становища суб'єкта ринку. Виступаючи економічною категорією, конкурентоспроможність відображає економічні відносини щодо формування та реалізації сукупності конкурентних переваг, характерних ринковому суб'єкту; її об'єктивність обумовлена незалежністю складових, що сформовані внаслідок дії економічних законів, та не можуть

піддаватись суб'єктивному впливу. В якості характеристики конкурентного становища суб'єкта ринку конкурентоспроможність виявляє реальні порівняльні ознаки, оцінка яких здійснюється, виходячи з суб'єктивного бачення його конкурентних можливостей на конкурентному ринку у конкретний період часу [40].

Таблиця 1.4

Система факторів, що визначають конкурентоспроможність на товарному, мікро-, мезо- та макрорівнях її прояву

Рівень конкурентоспроможності	Суб'єкт конкурентоспроможності	Фактори визначення конкурентоспроможності
Товарний	Товари (продукція, роботи, послуги)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Якість товару, відповідність нормам і стандартам. 2. Ціна товару. 3. Сервіс та післяпродажне обслуговування. 4. Відповідність попиту споживачів. 5. Впізнаваність торгової марки. 6. Естетичність та ергономічність товару.
Мікрорівень	Товаровиробник (організація, фірма, підприємство)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Організаційна структура. 2. Порівняльна конкурентоспроможність товару. 3. Ефективність виробничої, реалізаційної та науково-дослідної діяльності. 4. Фінансово-економічні показники діяльності. 5. Репутація товаровиробника та дотримання договірних зобов'язань.
Мезорівень	Об'єднання товаровиробників галузі	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутрішня структура галузі. 2. Вплив зовнішнього середовища. 3. Конкурентоспроможність окремих елементів. 4. Взаємозв'язок між елементами системи.
Макрорівень	Конкурентоспроможність держави, конкурентоспроможність регіонів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Інвестиційний клімат. 2. Науково-технічний рівень. 3. Конкурентоспроможність промисловості та галузей національної економіки в цілому. 4. Економічна безпека. 5. Раціональне національне законодавство та його зв'язок з міжнародним правом.

Ми підтримуємо думку дослідників відносно суб'єктивності визначення конкурентоспроможності як характеристики конкурентного становища

суб'єкта ринку та вважаємо, що саме цей її сутнісний прояв має бути в основі розгляду поняття «конкурентоспроможність підприємств» (як суб'єктів мікрорівня) та дозволить побудувати систему управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом визначення переліку показників, їх порівняння та систематизації, а також виявлення аспектів його економічної діяльності, здатних справляти вирішальний вплив на формування відповідного рівня його компетентності.

Результати зусиль науковців в напрямку формування теоретико-методичних засад дослідження категорії «конкурентоспроможність підприємств» лягли в основу систематизації сучасної парадигми наукових поглядів на проблему формулювання її сутності, що дозволило виокремити наступні основні підходи трактування даного поняття.

Конкурентоспроможність продукції. Прихильником такого підходу визначення конкурентоспроможності підприємства є, зокрема, Ю. Рубін, який визначає її як інтерпретує її як реальну та потенційну спроможність підприємства розробляти, виробляти та реалізовувати товари, більш привабливі для споживачів у порівнянні з товарами конкурентів з огляду на їх цінові та нецінові характеристики [191]. Прихильники такої точки [Сергеев І.В.42] зору підкреслюють важливість впливу цінового фактору в формуванні конкурентоспроможності продукції, зазначаючи його виключну роль в спроможності повністю забезпечувати фінансово-економічні зобов'язання підприємства та забезпеченні кількісного та якісного нарощування потенціалу підприємства.

На важливості рівня відповідності функціонально-технічних, економічних, організаційних та інших параметрів представленого на ринок товару, завдяки яким підприємство здатне утримувати завойовану частку ринку, наголошує свою увагу інший науковець [44 Светуньков С.Г.], визначаючи конкурентоспроможність підприємства.

Більш широким переліком характеристик визначає конкурентоспроможність підприємства японський вчений-економіст Т. Коно:

зайнята підприємством частка ринку; спроможність підприємства виробляти, реалізовувати та розвиватись; спроможність вищої рівня керівництва досягати поставленої мети [43].

Той факт, що рівень конкурентоспроможності підприємства безпосередньо залежить від його спроможності виробляти конкурентоспроможну продукцію, і що саме виробництво конкурентоспроможної продукції виступає основним фактором, здатним забезпечити економічну ефективність діяльності підприємства, є беззаперечним. Однак, ми вважаємо, що ототожнювати їх не можна, і поняття «конкурентоспроможність підприємства» визначається системною взаємодією різних аспектів діяльності підприємства та описується сукупністю властивостей та компетенцій, що характеризують спроможність і потенціал підприємства адаптуватись до змін зовнішнього середовища, зокрема шляхом зміни номенклатури вироблюваної продукції, що робить його більш широким в порівнянні з поняттям «конкурентоспроможність продукції».

Приведені нижче результати досліджень категорії «конкурентоспроможність продукції» дозволять обґрунтувати некоректність її ототожнення з категорією «конкурентоспроможність підприємства».

В «Економічному словнику» представлено таке визначення конкурентоспроможності продукції: «... характеристика товару, що відбиває його відмінність від товару конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на задоволення» [Завадський, с. 138].

Сіваченко Ю.І. при визначенні конкурентоспроможності продукції конкретизує наявність неї якісних та вартісних характеристик, за допомогою яких задовольняються конкретні потреби споживачів [46].

Значно більший перелік характеристик конкурентоспроможного товару, представленого на ринок, визначено М.Г. Долинською та І.А.Соловйовим: відповідність умовам ринку та запитам покупців як за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, так і за

комерційними та іншими умовами її збуту, а також за рівнем витрат, які змушені нести споживачі, за час його експлуатації [47].

Що стосується параметрів конкурентоспроможності продукції, то в монографії О. Драган [драган] визначено наступні їх види: технічні (ергономічні, естетичні, призначення), економічні (одоразові, поточні), нормативні (безпеки, патентної чистоти, екологічності).

Наявністю у продукту властивостей, що являють інтерес для споживача та здатні задовольнити його потреби, визначає конкурентоспроможність продукції А. Кваско та обґрунтовує цим його здатність бути реалізованим з вигодою для виробника на конкретному ринковому сегменті [48].

Узагальнюючи наведені вище теоретичні положення, «конкурентоспроможність продукції» можна, визначити як спроможність продукції підприємства протистояти на конкретному ринку продукції аналогічного призначення іншого підприємства завдяки наявним у неї якісним та вартісним характеристикам, а також комерційним умовам її реалізації, що в сукупності здатне забезпечити задоволення споживчого попиту на рівні, достатньому для отримання максимального прибутку підприємства.

Таким чином, пряма залежність рівня конкурентоспроможності підприємства від рівня конкурентоспроможності його продукції є очевидною, і рівень конкурентоспроможності продукції в певній мірі може відображати поточну конкурентоспроможність підприємства. Однак, з огляду на багаторівневість категорії «конкурентоспроможність підприємств», існує низка факторів, що унеможливають її ототожнення з категорією «конкурентоспроможність продукції»:

- конкурентоспроможність тієї самої продукції в різних просторово-часових межах може бути різною;
- неможливість співставити на практиці рівні конкурентоспроможності продукції підприємств-конкурентів за їх потенційною спроможністю утримувати частку ринку;
- загальний рівень конкурентоспроможності підприємства формується

як сумарний результат рівня конкурентоспроможності всієї номенклатури продукції.

Таким чином, взаємозв'язок конкурентоспроможності продукції та підприємства, що її виробляє, може бути представлений таким чином (рис.1.1).

Система показників конкурентоспроможності та ефективності.

Доволі велика група науковців розглядає категорію «конкурентоспроможність підприємства» через результуючі показники його діяльності. Так, українські економісти А. Мазаракі, Л. Логіненко та Н. Ушакова визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючий результат аналізу показників його економічного стану та ресурсного потенціалу в аспектах якості задоволення попиту споживачів та забезпечення ефективного функціонування господарської системи в конкретний період часу [49].

Подібним є бачення А.Маренич та І. Астахова, які визначають конкурентоспроможність підприємства як комплексну характеристику діяльності підприємств, в основу якої покладено аналіз різних складових його виробничо-господарської діяльності (виробничого потенціалу, рівня розвитку персоналу, матеріалозабезпеченості, фінансових показників тощо), що дозволяє реалізовувати «сильні сторони» підприємства у конкурентній боротьбі для досягнення конкурентних [50].

Як комплекс економічних характеристик підприємства, орієнтованих на визначення потреб споживачів та можливостей конкурентів через дослідження стану ринку та тенденцій його розвитку, а також як вміння створити необхідний ринку товар і так представити його споживачеві, щоб він був обраний з-поміж усіх інших аналогічних товарів конкурентів, визначено конкурентоспроможність підприємств в праці за редакцією Б. Буркинського [51].

У визначенні А. Селезньова, що трактує конкурентоспроможність як положення підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках, що сформувалось під впливом економічних, соціальних та політичних факторів, акцентується увага на наявності системи показників (індикаторів), здатної

адекватно охарактеризувати такий його стан та динаміку [52].



Рис. 1.1. Взаємозв'язок конкурентоспроможності продукції та підприємства, що її виробляє

Такий підхід до трактування конкурентоспроможності підприємства через аналіз економічних та фінансових показників його господарської діяльності дає можливість оцінити досягнутий рівень конкурентоспроможності конкретного підприємства у порівнянні з його конкурентами на визначеному ринку, чим значно розширює межі визначення його загальної економічної ефективності. Однак, акцентуючи увагу на поточному значенні показників, даний підхід дещо обходить увагою питання

формування та стратегічного управління конкурентним потенціалом, зокрема, в аспекті здатності підприємств швидко адаптуватись до змін ринкової конюнктури.

Конкурентні переваги, відмінність підприємства. Вперше поняття стійкої конкурентної переваги було озвучене в 1984 р., коли Д. Деєм [дей, с. 56], який запропонував типи стратегій, спроможні підтримувати конкурентні переваги підприємств. Однак автором класичної ринкової концепції конкурентних переваг вважається професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер, який в наступному році деталізував дане поняття при формулюванні основних типів конкурентних стратегій фірми, фокусування та в процесі визначення широкого і вузького поля її діяльності на ринку з урахуванням наявних у неї ресурсів. Дана концепція ґрунтується на твердженні, що успіх підприємства в конкурентній боротьбі визначається специфікою галузі, видом та масштабом конкуренції, а також діями самого підприємства на ринку, відповідно, конкурентоспроможність підприємства є його здатністю досягати конкурентних переваг та утримувати їх в межах відповідної галузі [53].

Стійку конкурентну перевагу М. Портер характеризує виходячи з унікальності конкурентної позиції фірми; ретельно підібраної системи видів її діяльності; взаємовідносин з конкурентами (чіткі компроміси, співробітництво), визначення ключових чинників успіху [Портер, с.56].

З-поміж вітчизняних науковців, що розвивали ідеї М. Портера, Подальшим можна відзначити С. Ярошенка, який трактував конкурентоспроможність як здатність на протязі тривалого періоду часу утримувати власні переваги на ринку, реалізуючи більш ефективну стратегію чи як спроможність довгострокового функціонування на ринку на розширеній основі [54].

Дещо іншим є підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства А. Дементьєвої, яка характеризувала її як здатність підприємства використовувати свої сильні сторони та зосереджувати зусилля в тій сфері

виробництва продукції, в якій воно зможе утримувати лідируючі позиції [55]. За твердженням С.В. Ємельянова, конкурентоспроможність підприємства виявляється в його потенційній або реальній спроможності створювати конкурентні переваги в процесі успішної реалізації системи господарського обігу шляхом ефективного використання власних та залучених активів [56]. Дані визначення різняться з попередніми орієнтованістю не лише на реальну, але й на потенційну спроможність підприємств формувати конкурентні переваги та досягати бажаного рівня конкурентоспроможності в довгостроковому періоді, що ми вважаємо актуальним та слушним в подальшому формулюванні власної концепції конкурентоспроможності підприємств.

Варто звернути увагу на той факт, що в умовах глобалізації та прискореного ринкового розвитку, увага сучасних науковців спрямовується на побудову концепцій створення таких конкурентних переваг, які здатні не просто утримувати існуючі ринки, але й завойовувати нові. Першими науковцями, що запропонували таку креативну концепцію були Г. Хемел та К.К. Прахалад. Вони зазначали, що наявність високої частки на поточному ринку не завжди гарантує підприємству довгостроковий успіх. Провівши аналіз факторів успіху провідних світових компаній, вони визначили, що в основі їх лідерства – спрямованість на майбутні ринки (їх створення та домінування). Такий вид конкурентних переваг науковці назвали інтелектуальним лідерством [Hamel G]. В рамках аналізу цієї концепції Б. Шпотов висловив зауваження щодо її безумовної реалістичності, однак, з ознаками фаталізму («хто не встиг, той запізнився») [шпотов8, с. 50].

Однак, як доводить практичний досвід, сучасний ринок дозволяє співіснувати та взаємодіяти як великим, так і невеликим підприємствам, лідерам та фірмам, що обслуговують їх чи безпосереднього споживача.

Конкурентоспроможність як спроможність (здатність) витримувати конкуренцію. Такий підхід до визначення конкурентоспроможності є найбільш поширеним як у вітчизняній, так і зарубіжній практиці. Так, Р.А. Фатхутдінов

визначає конкурентоспроможність об'єкта як його здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на ринку [57].

Подібна думка висловлена українськими науковцями В.Є.Хруцьким, І.В. Корнесвою та Є.Е. Автуховою, що визначали досліджуване поняття як «стабільну можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому успішно продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами» [58].

Аналогічним є твердження Л.І. Піддубної, яка визначає категорію конкурентоспроможності підприємства як потенційну або вже реалізовану здатність суб'єкта економічних відносин до функціонування у зовнішньому середовищі» [59Піддубна]. Концентруючи увагу на предметно-методологічних аспектах розвитку теорії конкурентоспроможності, авторка робить уточнення, що конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як «певна суміш компонентів якості, швидкості виконання операційних процесів та витрат підприємства, а конкретний склад цієї суміші та конфігурація її компонентів визначається умовами релевантного конкурентного ринку та характером бізнесу підприємства [33 піддуб]».

Конкурентоспроможність як гнучкість або адаптивність. Головною особливістю даного підходу до визначення конкурентоспроможності підприємства, що частково представлений і в попередніх дефініціях, є акцентування уваги науковців на можливості та динаміці пристосування підприємства до умов ринкового середовища [60]. Так, наші сучасники В.Г. Шинкаренко та А.С. Бондаренко визначають конкурентоспроможність підприємства як динамічну характеристику його здібності адаптуватись до змін зовнішнього середовища, забезпечуючи при цьому певний рівень конкурентних переваг [61]. Більш конкретизуючим є визначення Л.В. Балабанової: «здатність підприємства ефективно адаптуватися до змін конкурентного маркетингового середовища, використовувати свої сильні сторони та концентрувати свої зусилля на пріоритетних напрямках роботи». Така адаптивність, на думку вченої, полягає в можливості підприємства

реалізовувати заходи, спрямовані на досягнення провідних позицій в умовах конкурентного середовища, та забезпечує йому ефективність фінансово-господарської діяльності [62].

Вважаємо, що подібний підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства, в основі якого концентрація уваги на реалізації його спроможності адаптації та гнучкості як факторів забезпечення його ефективної діяльності в умовах динамічного конкурентного середовища, є найбільш вдалим та пристосовуваним у ході дослідження систем управління конкурентоспроможністю підприємств-виробників зерна, враховуючи наведені вище особливості функціонування даної сфери виробництва.

Конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції. Початок даному підходу був покладений в фундаментальній праці М. Мескона, М. Альберта та Ф. Хедоурі «Менеджмент», в якій конкурентоспроможність підприємства представлена як реалізована ним компетентність до залучення та утримування споживачів. При цьому компетентність підприємства, на думку авторів, є його вмінням виробляти щось краще, ніж конкуренти [63]. Параметри такої компетентності деталізовано в «Енциклопедії бізнесмена, економіста, менеджера» за редакцією Р. Дяківа: технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного та поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління виробництвом продукції тощо [64]. Складові такої компетенції приводять також З.Є. Шершньова та Т.Є. Оболенська, визначаючи її роль «нагромадженні та використанні виробничого та маркетингового потенціалу певної спрямованості»: технологія, ресурси, менеджмент, навички та знання персоналу тощо. На думку вчених, результатами реалізації визначених параметрів компетентності є такі показники як якість продукції, продуктивність праці, прибутковість виробництва тощо [65].

На нашу думку, даний підхід дозволив синергічно поєднати основні аспекти раніше представлених теоретичних досліджень в сфері

конкурентоспроможності підприємств, що робить його наразі практично універсальним для застосування у процесі розробки систем управління конкурентоспроможністю підприємств відносно будь-якої галузі економіки. Це обумовлено теоретичною сутністю цієї групи визначень, в основі якої орієнтація на унікальність (ексклюзивність) функціонування усіх систем господарювання суб'єктів ринкової взаємодії.

Така систематизація теоретичних надбань в сфері досліджень конкурентоспроможності підприємства дозволила визначити її сучасну сутність, максимально наближену до реалій діяльності підприємств, що спеціалізуються на виробництві зерна: конкурентоспроможність підприємства – це його спроможність на будь-якому етапі здійснення економічної діяльності реалізовувати свої конкурентні переваги, сформовані за рахунок накопиченого потенціалу розвитку та здатності адаптуватись до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, з метою з метою отримання необхідного економічного ефекту.

Критичний аналіз поглядів науковців, що опікувались проблематикою стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств аграрної сфери та їх продукції, дозволив виявити взаємозв'язок між набуттям та реалізацією стійких конкурентних переваг з проваджуваною ними інноваційно-інвестиційною діяльністю.

Казуальний зв'язок вказаних процесів безпосередньо виявляється через можливість підприємств досягати рівня економічної ефективності основної діяльності, достатнього для розширеного її відтворення, інвестувати власні та залучені активи в створення конкурентних переваг на інноваційній основі та застосовувати останні в ході виробничої та маркетингово-збутової діяльності з метою підвищення рівня економічної ефективності. Подальше узгодження визначених процесів вимагає системного управління їх протіканням, а отже, актуалізується необхідність застосування інструментарію стратегічного управління.

Дуальність характеру об'єкту стратегічного управління зумовило

ускладнення структури залучених інструментів системи стратегічного управління, визначеної процесом реалізації потенціалу конкурентоспроможності (рис. 1.2).

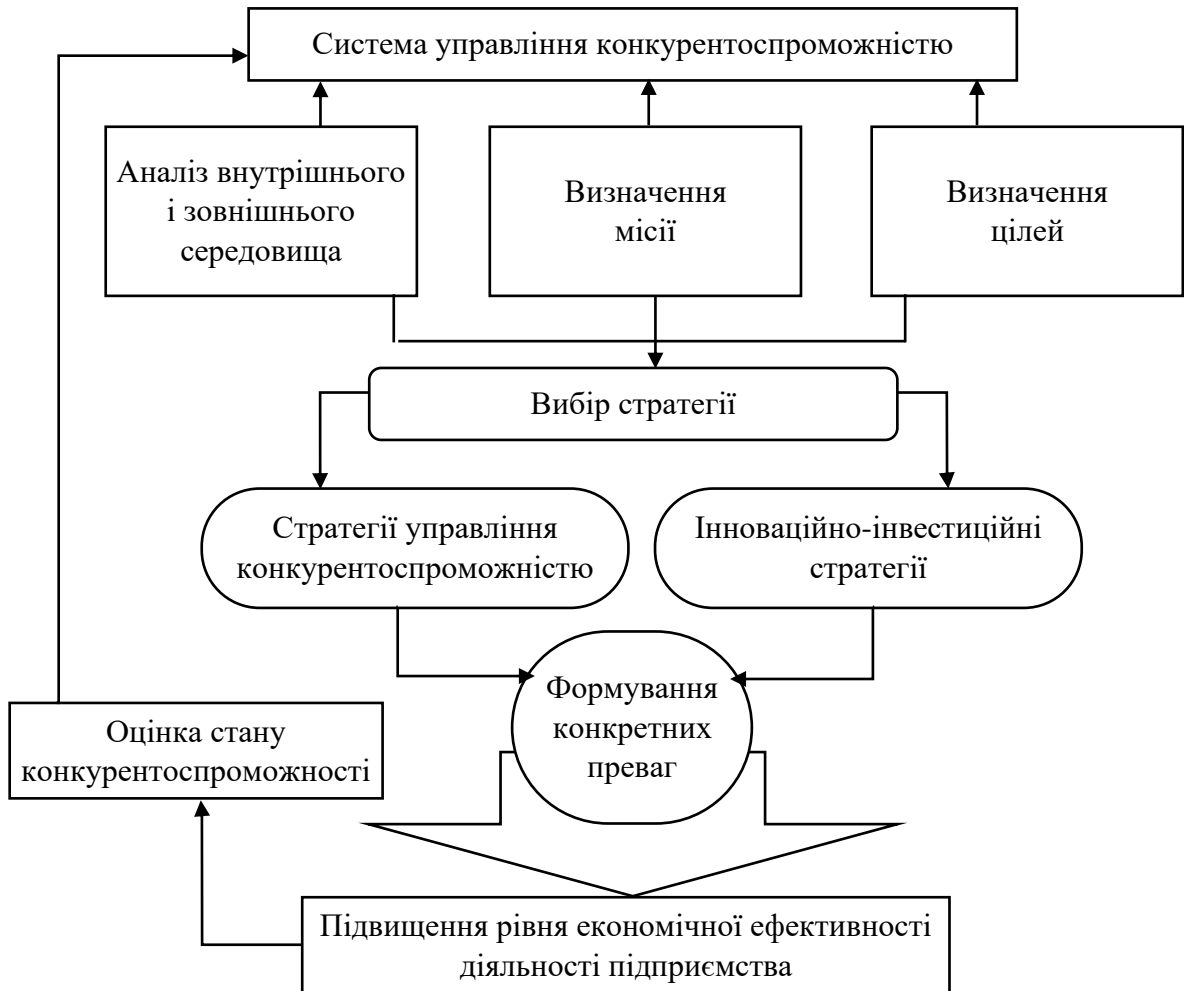


Рис. 1.2. Процедура та економічні наслідки здійснення процесу стратегічного управління потенціалом конкурентоспроможності

За таких умов об'єктом стратегічного управління визначено потенціал конкурентоспроможності підприємства, що є сукупністю його можливостей створювати стійкі конкурентні переваги та забезпечувати конкурентоспроможність як продукції, так і підприємства в цілому шляхом реалізації даної сукупності переваг в виробничій та комерційно-збутовій діяльності.

1.2. Конкурентні структури цільових ринків збуту та потенціал конкурентоспроможності аграрних підприємств

Узагальнення та систематизація поглядів вітчизняних та зарубіжних науковців на поняття конкуренції між суб'єктами ринкової взаємодії, зокрема, й на цільових ринках аграрної продукції, дозволили сформулювати розуміння до неї як до ключового типу економічних взаємовідносин таких суб'єктів, так само як і існуючих на ринку взаємовідносин обміну та співробітництва. Шляхом використання методичного підходу, що базується на встановленні взаємозв'язку між рівнем конкурентоспроможності підприємства з рівнем економічної ефективності продукції, що ним виробляється, визначено особливості такого взаємного впливу та сутності економічного зв'язку понять «конкурентоспроможності підприємства» та «конкурентоспроможність продукції». Так, зроблене теоретичне обґрунтування обумовленості спроможності підприємства досягати рівня економічної ефективності, адекватного завданням відтворення авансованого власного та залученого капіталу, та, як наслідок, забезпечення циклічності виробничо-комерційної діяльності, виробництвом та збутом конкурентоспроможної продукції, зданої успішно реалізуватись на споживчому ринку. При цьому, здійснюючи ефективну діяльність, підприємство має можливість акумулювати певну величину прибутку та спрямувати її на оптимізацію номенклатури продукції, що виробляється, впровадження передових технологій виробництва, здатних забезпечити цінові та якісні конкурентні переваги продукції, тобто на відновлення та посилення власного економічного потенціалу.

Отже, ефективна діяльність суб'єкта сфери виробництва продукції забезпечує йому конкурентоспроможність на цільовому ринку, в той час як досягнення певного рівня конкурентоспроможності зумовлює нарощування економічних результатів та ефективності його виробничо-збутової діяльності.

Варто зазначити, що економічна ефективність діяльності підприємства є статичною складовою, що визначається як певний результат, досягнутий за

умови здійснення визначеної величини витрат. В економічній науці рівень економічної ефективності характеризується сукупністю абсолютних, відносних, часових та порівняльних показників. В той же час конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства характеризують економічний потенціал підприємства як сукупність його можливостей виробляти та реалізовувати на цільовому таку продукцію, виробництво якої за умови понесення визначеної величини витрат, буде результативним та ефективним, виступаючи його є динамічними характеристиками. Таке розуміння при дослідженні процесу формування конкурентоспроможності обмежує виникнення значних методичних протиріч ході здійснення її кількісної оцінки. При цьому формування конкурентоспроможності відбувається в середовищі цільових ринків продукції підприємств (рис. 1.3).

Комплексний підхід до вивчення системи конкурентних відносин на цільових ринках сільськогосподарської продукції дозволили визначити природу складного та неоднорідного характеру конкурентних структур. Складність конкурентних структур цільових ринків продукції аграрних виробників характеризується структурою, довжиною та функціональними особливостями каналів розподілу представленої на ринок продукції. В ході досліджень виявлено, на етапі взаємодії підприємств-виробників сільськогосподарської продукції з посередниками першого рівня (торговельно-закупівельними підприємствами) конкурентна структура таких цільових ринків може бути представлена як олігопсонія або, інколи, як монопсонія. Подальше розширення чисельності каналів та рівнів розподілу сільськогосподарської продукції призводять до пертворення конкурентних структур в олігополію а, іноді створюються умови для формування ринкової структури, наближеної до досконалої конкуренції.

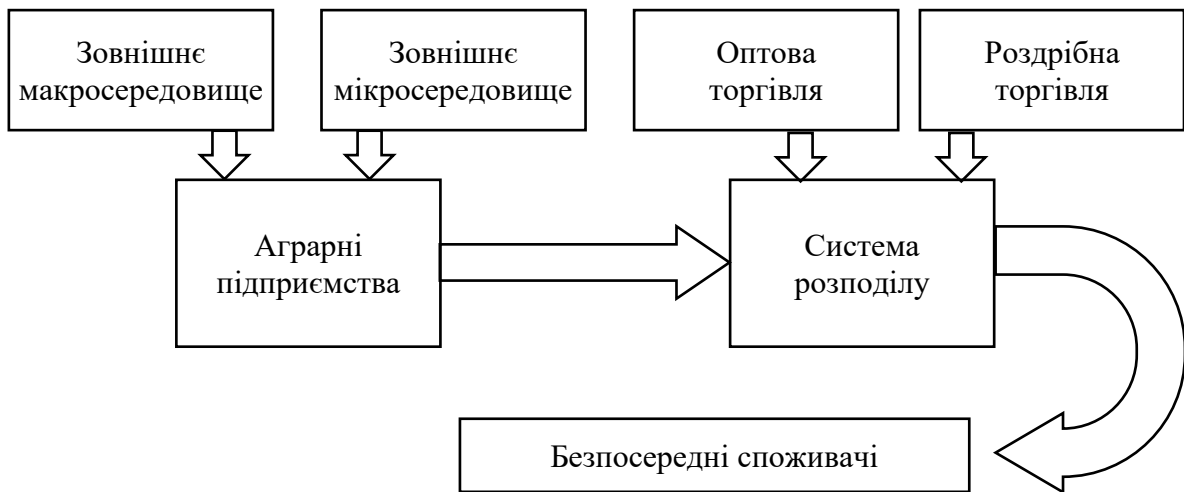


Рис. 1.3. Ринкове середовище аграрних підприємств

Причиною модифікації конкурентних структур є відмінності в чисельності, концентрації та ефективності використання капіталу підприємств-виробників продукції та інших суб'єктів сфери обігу одночасно з існуючими трендами домінування або обмеження економічних інтересів певних учасників ринку (або їх груп), тобто повнотою їх реалізації. Як вже зазначалось, більшість цільових ринків сільськогосподарської продукції характеризуються пригніченням економічних інтересів аграрних підприємств, що гальмує процес підвищення ефективності їх господарсько-економічної діяльності та забезпечення розширеного відтворення на сталій основі.

Виходячи з того, що переважна частина видів сільськогосподарської продукції є сировиною, що подальшому використовується для виробництва численної кількості різних видів продукції, існує необхідність застосування до неї значного рівня стандартизації, чим для підприємств-виробників обмежується застосування методів формування конкурентних переваг в аспекті створення унікального продукту та застосування необхідних для його успішного просування на ринок маркетингових стратегій.

При цьому до трансформації конкурентних структур призводить дія виключно цінових та результативних факторів, в той час як аграрні підприємства змушені постійно адаптуватись до таких змін задля підтримки

належного рівня економічної ефективності власного виробництва. За таких умов важливо коректно ідентифікувати конкурентну ситуацію на цільовому агарному ринку та визначити тенденції її розвитку. Для такої ідентифікації запропоновано застосувати методичний підхід, в основі якого лежить використання інтегрального показника конкурентного розвитку ринку (формула 1.1):

$$I_p = 1 - \sqrt[n]{\frac{1}{n} \sum_i \left| \frac{(V_{i+1} - V_i)}{V_i} \right| \times \left| \frac{(P_{i+1} - P_i)}{P_i} \right| \times \left| \frac{(R_{i+1} - R_i)}{R_i} \right|}, \quad (1.1)$$

де I_p — інтегральний показник конкурентного розвитку ринку; n — кількість учасників комерційного ланцюгу в структурі каналу ринкового розподілу продукції; i — номер стадії ринкового розподілу; V — обсяг продукції, який реалізується суб'єктами, які обслуговують i -ту стадію ринкового розподілу продукції в натуральному вимірі; P — середня ціна реалізації продукції на i -й стадії ринкового розподілу, грн / одиницю виміру; R — рівень рентабельності реалізації продукції на i -й стадії ринкового розподілу, %.

На основі розрахунку представленого інтегрального показника здійснюють кількісну характеристику типу конкурентної ситуації на конкретній стадії ринкового розподілу продукції, та визначають вектор її трансформації.

Економічна сутність представленого інтегрального показника конкурентного розвитку ринку, що має математичне вираження, полягає в наступному. Наближення отриманих значень до +1 визначає скорочення довжини каналів розподілу продукції, що наразі характерно для ринків м'яса птиці та молока. Таке скорочення зумовлюється інтенсифікацією процесів олігополізації ринків на рівні виробників та продуктивним виконанням посередницькими структурами своїх комерційних функцій. У разі наближення отриманих значень до 0, можна говорити про збільшення довжини каналів розподілу продукції, що призводить до визначення конкурентної ситуації олігопсонією, що на сьогодні демонструють ринки зерна пшениці, насіння товарного соняшнику та м'яса свиней.

Ранжування досліджених ринкових об'єктів за зростанням показників

рентабельності виробництва та реалізації продукції дозволили визначити:

1) підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва вимагає підтримання ритмічності його фінансування шляхом застосування інфраструктурного інструментарію;

2) циклічність конкурентного розвитку товарних ринків з огляду на виявлену залежність між рівнем розвитку цільового ринку та типом сформованої на ньому конкурентної ситуації.

Акцентуємо увагу на тому, що такі закономірності стосуються саме сільськогосподарської продукції, що має унікальну сировинну природу, з чим пов'язана необхідність її високого рівня стандартизації та майже повна відсутність залежності товарної політики таких виробників від результатів науково-технічного розвитку.

За таких умов, виключивши вплив таких факторів на формування конкурентних переваг як створення унікальних товарів та імплементація відповідної ринкової поведінки, опосередкування циклічних тенденцій на цільових відбувається в контексті дії цінових та результативних індикаторів, що мають власну форму вияву в генезисі типів конкурентної ситуації (рис. 1.4).

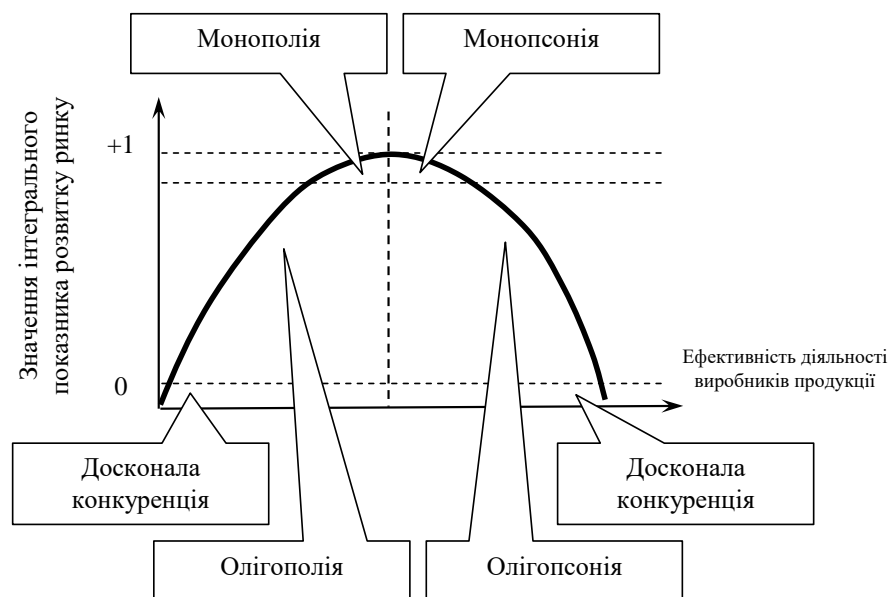


Рис. 1.4. Послідовність конкурентного розвитку об'єктових ринків сільськогосподарської сировини

Розвиток об'єктового ринку відбувається наступним чином. При прямуванні значення інтегрального показника розвитку ринку до нульової відмітки конкурентна ситуація набуває ознак досконалої конкуренції, за якої майже відсутні бар'єри входження на ринок як нових виробників та постачальників аналогічної продукції, так і розширення числа споживачів. В таких умовах активні інтереси окремих виробників, що спромоглись в силу об'єктивних чи суб'єктивних причин отримати певні конкурентні переваги в ціні, в поєднанні з поведінковими аспектами їх управлінської діяльності трансформують такий ринок майже досконалої конкуренції в олігополістичний. Цей етап характеризується підвищенням інтегрального показника розвитку ринку та додатнім значенням першої похідної функції, що визначає його зміну.

Поступове прямування значень інтегрального показника до одиничної відмітки пов'язане із планомірним скороченням числа виробників та постачальників продукції внаслідок реалізації об'єктивних процесів (розвитку капіталізації сільськогосподарських підприємств, посилення концентрації виробничого капіталу, поглинання, злиття тощо) та практичним становленням монополії на ринку. Зазначені зміни можливі при додатніх результатах функції залежності інтегрального показника від ефективності економічної діяльності виробника чи постачальника. При цьому набуття вказаною похідною від'ємного значення сигналізує про деструкцію цін та зміну обсягів товарної продукції, що зумовлені скороченням числа споживачів, що в сукупності з прямуванням інтегрального показника до одиниці дозволяє визначити монополістичну конкурентну ситуацію в даному інтервалі.

Наступний період характеризується підвищенням ефективності діяльності споживачів, до яких можна віднести й суб'єктів сфери обігу як частини ринкової інфраструктури, число яких розширюється при досягненні досить високого бар'єру входження на даний ринок. Збільшення числа споживачів на ринку супроводжується зниженням інтегрального показника

розвитку, однак значення похідної функції його залежності від економічної ефективності діяльності виробника залишається від'ємним, а сформований стан конкурентної ситуації можна кваліфікувати як олігопсонічний. Підвищення споживчого попиту зумовлює суттєве зниження бар'єрів входження в галузь, а інертність ринків сировини дає можливість спрямовувати інвестиції з різних секторів національної економіки в сектор обігу сільськогосподарської продукції, цим самим збільшуючи число покупців та постачальників на цільовому ринку. Ця ситуація математично відображається суттєвим зменшенням інтегрального показника розвитку, а в економічному контексті класифікується знову як наближена до досконалої конкуренції.

Застосування опрацьованих методичних підходів до визначення конкурентної структури цільового ринку уможливорює формування пріоритетних напрямів, спрямованих на мобілізацію та системне застосування інструментів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. З вимоги системного застосування визначеного інструментарію витікає необхідність обґрунтування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства (рис. 1.5).

Даний механізм є системою чинників, засобів та інструментів, а також ринкових суб'єктів, діяльність та опосередковані впливи яких призводять до зміни рівнів конкурентоспроможності як сільськогосподарських підприємств взагалі, так і їх товарної продукції, зокрема.

Зазначимо, що вся система управління конкурентоспроможністю підприємства – базується на поєднанні інструментальних систем управління витратами, об'ємами виробництва продукції та її збутом. Таким чином створення та реалізація конкурентних переваг на цільових ринках сільськогосподарської вимагає системного застосування трьох груп інструментів: економічних, управлінських та організаційних.

Український ринок сільськогосподарської продукції є відкритою

системою з рисами суттєвої нестабільності: недостатнім рівнем внутрішнього споживання, високим рівнем залежності його кон'юнктури від тенденцій зміни структури та динаміки зовнішніх ринків, низьким рівнем розвитку елементів ринкової інфраструктури.

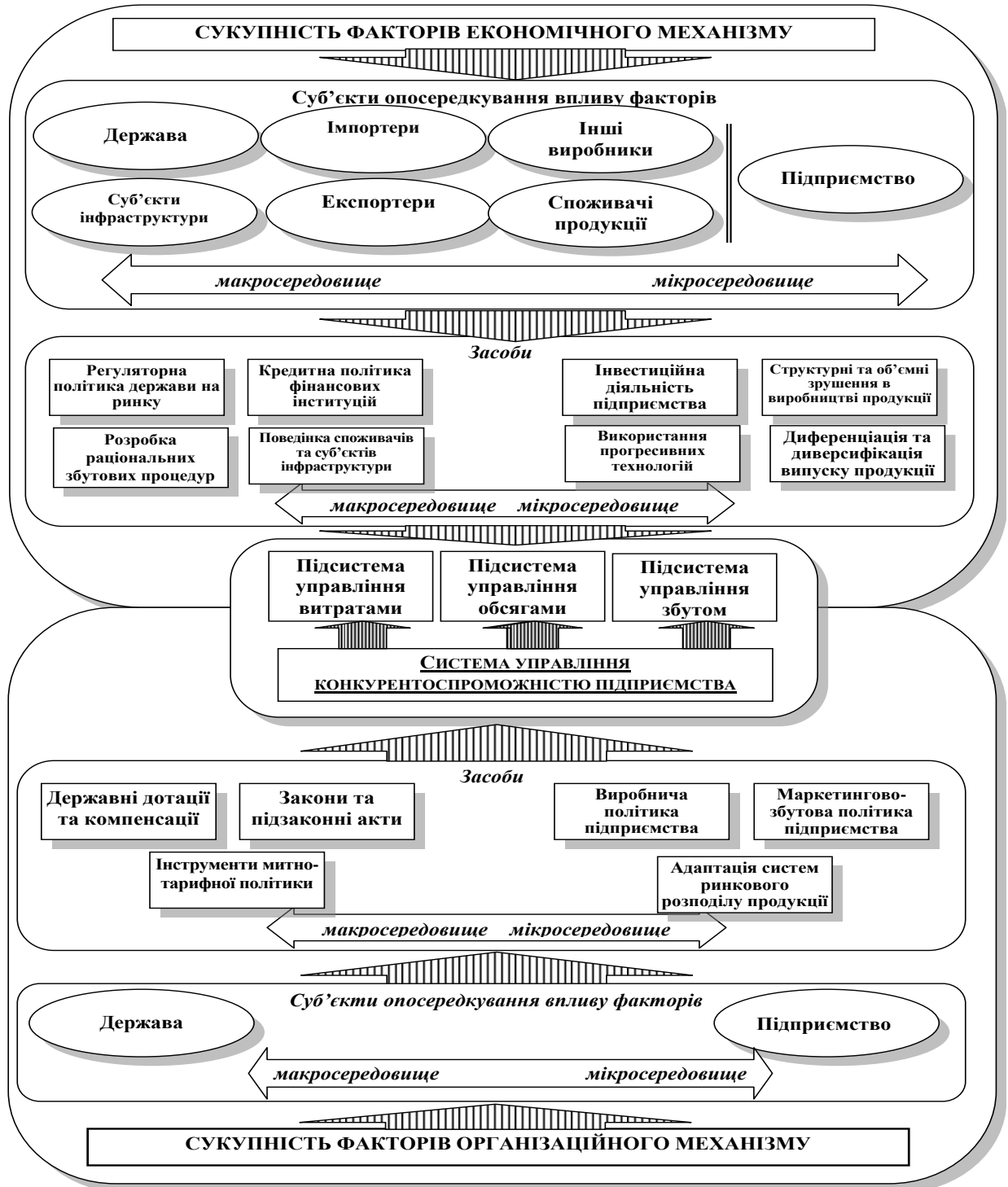


Рис. 1.5. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства на

цілових ринках

Руйнівні наслідки в процесі трансформації конкурентних структур внутрішнього ринку аграрних підприємств проявляються в тенденціях ціноутворення, що відбуваються на стадії реалізації продукції посередникам, коли їх економічні інтереси суттєво превалюють над інтересами виробників. В таких умовах спостерігається суттєве зниження рівня економічної ефективності основної діяльності сільськогосподарських виробників. В зв'язку з цим необхідним вважаємо формалізувати характерні риси функціонування вітчизняного ринку сільськогосподарської продукції з метою визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності останніх.

З-поміж причин, що гальмують розвиток сільськогосподарських підприємств, варто відзначити відставання інфраструктури аграрного ринку у порівнянні з іншими видами товарних ринків країни, деформовані економічні інтереси та негармонійний розподіл доходів між учасниками ринку, недостатній розвиток каналів збуту товарної продукції сільськогосподарських підприємств, фактична відсутність прозорого ціноутворення на всіх етапах ринкового розподілу продукції.

Так, частка виручки від реалізації зерна українськими підприємствами в загальній її масі в 2019 році склала 17 %, забезпечивши середній показник рентабельності виробництва 11,8 %. При цьому частка доходу від реалізації соняшнику була незначно більшою – 20,9 %, а рентабельність продукції склала 23,5 % [сільське госп]. Такого роду перекося в ефективності сільськогосподарських напрямів виробництва позначаються на зміні структури товарної продукції, особливо з огляду на вже згадувану проблему недостатньо розвиненої інфраструктури аграрного ринку, низький рівень забезпеченості малих та середніх виробників добре обладнаними сховищами сільськогосподарської продукції, спроможних забезпечити формування крупних партій сільськогосподарської продукції, що мають більшу комерційну значимість на внутрішніх та особливо зовнішніх ринках.

Результати досліджень показали, що за існуючого наразі стану вітчизняного ринку сільськогосподарської продукції формування гармонійних відносин між сільськогосподарськими виробниками, посередниками, покупцями та державою є проблематичним. Основними напрямками збалансування таких відносин є: спрямування зусиль на вирішення проблеми малих та середніх сільськогосподарських підприємств щодо зберігання виробленої продукції вирішення, що дозволить їм в контексті сезонного фактору реалізовувати продукцію за найращими умовами; розвиток процесів вертикальної інтеграції підприємств агропромислової сфери в напрямку, перш за все, збутової діяльності; створення умов, що сприятимуть притоку інвестицій від оптово-торгівельних підприємницьких структур в економіку сільськогосподарських товаровиробників; створення горизонтально-інтегрованих структур, що дозволить підвищити концентрацію капіталу; налагодження механізмів державного регулювання розвитку сільськогосподарських товаровиробників та функціонування ринку аграрної продукції. На нашу думку, системна реалізація перелічених заходів сприятиме підвищенню економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, посиленню їх конкурентоспроможності, створить умови для гармонійної та повної реалізації їх економічних інтересів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Важливим інструментом, здатним забезпечити ефективну реалізацію економічних інтересів сільськогосподарських товаровиробників на цільових ринках збуту продукції та сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності, є раціональне застосування процедур вибору комбінацій ринкових каналів розподілу. За результатами аналізу особливостей функціонування та розвитку розвитку систем збуту аграрної продукції виокремлено основні періоди їх активного виявлення та співставлено показники рентабельності виробництва і реалізації продукції з часткою обсягу її збуту посередницьким структурам (рис. 1.6).

Порівняння зазначених показників вказує на відповідність змін

структури ринкового розподілу сільськогосподарської продукції змінам показників рівня рентабельності її виробництва. При цьому, які з зазначених змін показників є первинними, визначити неможливо. Причину цього вбачаємо в тому факті, що економічна ефективність діяльності конкретного сільськогосподарського товаровиробника залежить від обраної комбінації каналів ринкового розподілу в процесі побудови конкретної збутової системи, оскільки економічний результат діяльності підприємства визначається безпосередньо на стадії реалізації продукції його виробничо-комерційного циклу. В той же час, становлення та реалізація систем ринкового розподілу продукції, що охоплюють і збутові системи сільськогосподарських товаровиробників, залежить від рівня пригніченості або домінування їх економічних інтересів на цільовому ринку та умов для якнайповнішої їх реалізації. Від наявних можливостей реалізувати свої економічні інтереси на цільовому ринку сільськогосподарської продукції залежить ринкова поведінка товаровиробника, здійснюється прийняття ним конкретних рішень стосовно збуту продукції, а отже, забезпечуються умови для управління конкурентоспроможністю підприємства.

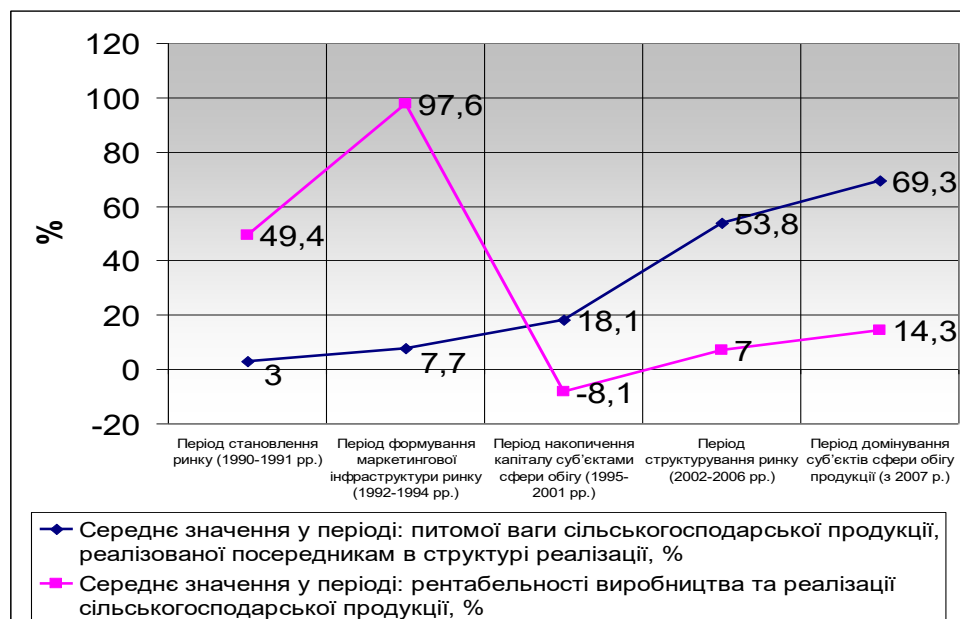


Рис. 1.6. Співставлення рентабельності виробництва та реалізації продукції аграрних підприємств з питомою вагою продукції,

реалізованої посередникам у 1990-2017 рр.*

В ході досліджень виявлено етапи, що характеризуються певними закономірностями становлення та розвитку систем управління збутом продукції сільськогосподарських підприємств. Визначено, що об'єктивна зміна етапів обумовлена змінами питомої ваги сільськогосподарської продукції в структурі використання каналів ринкового розподілу. Зважаючи на те, що реалізація виробленої продукції переробним підприємствам, населенню та на локальних продовольчих ринках відноситься до прямого збуту чи створення вертикальних маркетингових систем, зміни часток продукції, що реалізована через посередників, є критичними.

Об'єктивною ознакою функціонування ринку аграрної продукції є відсутність гармонійного розподілу доходів між його суб'єктами, що змушує підприємств – виробників такої продукції постійно адаптувати свою основну діяльність до його умов.

Вказаний період характеризується збитковістю основної діяльності майже третини українських сільськогосподарських товаровиробників, що унеможливило їх спроможність відтворюватись на розширеній основі. В цей період показник рівня економічної діяльності аграрних підприємств був в 15 разів нижчим за аналогічний показник підприємств сфери оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. В таких умовах практично унеможливалось залучення інвестицій в діяльність підприємств-виробників сільськогосподарської продукції, створення взаємовигідних вертикальних інтеграційних структур, а отже, посилення економічного потенціалу аграрних підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Налагодження гармонійних економічних інтересів суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції можлива за умови усунення цінового диктату з будь-якого боку, що можливо реалізувати шляхом підвищення рівня концентрації капіталу сільськогосподарських підприємств та забезпечення

ефективного його функціонування. При цьому раціональна поведінка всіх учасників ринку (і товаровиробників, і посередників, переробних підприємств, експортерів), що забезпечує їм підвищення економічної ефективності, визначається концентрацією капіталу в межах їх функціональних груп, так само як і конкурентна політика. За інших умов провадження раціональної політики унеможлиблюється. За таких умов система стратегічного управління підприємством має бути спрямована на завоювання ринкової частки, достатньої для реалізації економічного потенціалу, формування цінових переваг на основі збереження економічної ефективності основної діяльності тощо. Такі дії спровокують зрушення ринкової інфраструктури та спричинять підприємствам-виробникам необхідність адаптуватись до трансформаційних змін з огляду на майже повну відсутність ринкової влади.

Дослідження факторів формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств та продукції, що ними виробляється, дозволяє визначати рівень їх конкурентоспроможності через показники економічної ефективності.

Отже, основними показниками, що характеризують формування та розвиток конкурентного потенціалу сільськогосподарських товаровиробників є рівень рентабельності виробництва та реалізації продукції, розміри підприємства, масштаб виробництва, ефективність реалізації системи стратегічного планування діяльності підприємства та ефективність управління ним.

При цьому слід враховувати дію механізму ринкової саморегуляції, що реалізується через кон'юнктурні, цінові та організаційні інструменти, та створює загрози і перешкоди для провадження сільськогосподарськими підприємствами стратегій, спрямованих на посилення конкурентоспроможності та підвищення ефективності. Ця обставина в поєднання з державним регуляторним впливом має стимулювати конкурентний розвиток цільових ринків сільськогосподарської продукції та мотивувати товаровиробників до посилення та реалізації свого конкурентного

потенціалу. В свою чергу безсистемне провадження регуляторної політики держави створює зворотний, демотивуючий, ефект.

Ефективне державне регулювання розвитку ринків сільськогосподарської продукції має сприяти створенню та налагодженню структурованої системи впливів на хід соціально-економічних та організаційно-управлінських процесів, що в певній мірі залежать від імплементації чітко визначених механізмів та інструментів, що формують як прямий, так і не прямий вплив на ці процеси.

Свідченням успішної реалізації конкурентного потенціалу підприємства на конкретному цільовому ринку є визначення сталої тенденції до підвищення рівня економічної ефективності діяльності підприємства. Однак, причиною такого підвищення може бути короткострокове підвищення цін на відповідну продукцію, що й створює моментальні зміни конкурентоспроможності цієї продукції та відповідне посилення конкурентоспроможності підприємства – її виробника. Тому важливими характеристиками конкурентоспроможності є тривалість та перспективність здійснення операційної діяльності на цільовому товарному ринку.

Враховуючи наведені характеристики, необхідні для успішного функціонування сільськогосподарських підприємств на цільових ринках, запропонована ідентифікація пріоритетних стратегічних напрямків підвищення їх конкурентоспроможності: акумуляція достатньої маси притутку з метою реінвестування його в розвиток економічного потенціалу; підвищення рівня концентрації капіталу сільськогосподарських підприємств на основі інтеграції; збільшення розмірів підприємств та нарощування масштабів виробництва, що дозволить формувати комерційно-значимі партії товарної сільськогосподарської продукції; вирішення проблеми зберігання таких партій продукції; застосування інноваційних ресурсозберігаючих технологій; розширення номенклатури продукції такими, що мають попит на зовнішньому ринку, в тому числі шляхом впровадження органічних технологій, що дозволить створити цінові та якісні конкурентні

переваги; створення сприятливого інвестиційного середовища в аграрній сфері.

Реалізація визначених стратегічних пріоритетів шляхом опрацювання та здійснення процедур управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств та їх продукції дозволить підвищити економічну ефективність їх діяльності, посилити ступінь ринкового впливу та ефективно адаптуватись на цільовому ринку збуту в періоди некерованих викликів останнього. Підхід до побудови та реалізації організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств базується на включенні до його складу елементів та компонент внутрішнього та зовнішнього середовища різної інтенсивності впливу як на конкурентоспроможність цих підприємств на їх цільових ринках, так і на конкурентоспроможність вироблюваної ними продукції.

За такого підходу, що дозволяє коректно ідентифікувати конкурентні структури на цільовому ринку сільськогосподарського підприємства та визначити позицію конкретного товаровиробника на ньому, а також здійснити обґрунтований вибір інструментів, здатних успішно впливати на рівень конкурентоспроможності та підприємства та мобілізувати його конкурентний потенціал, система управління конкурентоспроможністю підприємства буде адаптивною.

Ідентифіковано економічні передумови та тенденції структурних змін конкурентного розвитку ринкових об'єктів на цільових ринках сільськогосподарської продукції. Так, в залежності від стану конкурентної структури, цільові ринки сільськогосподарської продукції на рівні підприємства-товаровиробника можуть набувати ознак олігопсонії чи монопсонії, що підтверджується застосуванням методичного підходу, в основі якого лежить розрахунок інтегрального показника конкурентного розвитку ринку для визначення параметрів кількісної оцінки станів конкурентної структури та напрямів її розвитку.

Налагодження гармонійних економічних інтересів всіх учасників ринку сільськогосподарської продукції можливе за умови відсутності цінового диктату з боку жодної їх функціональної групи. Вирішення цієї проблеми можливе шляхом підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу сільськогосподарських підприємств. При цьому слід враховувати ту обставину, що саме рівнем концентрації капіталу в межах кожної функціональної групи підприємств-учасників ринку визначається їх раціональна поведінка, орієнтована на підвищення економічної ефективності діяльності їх діяльності і, відповідно, на їх конкурентну політику, так як за інших рівних умов не існує варіантів раціоналізації політики підприємства. За таких умов, успішно мають реалізуватись стратегії, спрямовані на завоювання аграрними підприємствами ринкової частки, достатньої для повноцінної реалізації сформованого економічного потенціалу, та забезпечення цінових конкурентних переваг без суттєвого зниження рівня економічної ефективності основної власної діяльності тощо.

1.3. Імплементация інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств

При дослідженні потенціалу підприємств як складної економічної системи слід акцентувати увагу на таких методологічно важливих висновках та положеннях.

У загальному вигляді поняття «система» (гр. утворення, складення) представляє множину взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, які в своїй єдності можуть взаємодіяти з середовищем.

Відповідно, дослідження економічних систем базується на розумінні останніх як упорядкованих сукупностей господарських взаємозв'язків і взаємовідносин, що вибудувались на різних рівнях процесаів виробництва, обміну та споживання продуктів.

Потенціал суб'єктів економічних відносин є складною економічною системою, дослідження якого можуть спиратись на різні концепції: ресурсну (як сукупності ресурсів та зв'язків), функціональну (як сукупності функцій, здатних забезпечити реалізацію можливостей), ресурсно-цільову (як сукупність ресурсів, використання яких забезпечить досягнення окремих поставлених завдань та загальної мети) та інші. Застосування тієї чи іншої концепції актуалізується в контексті притаманних їй відносностей, виходячи з визначених проблем та поставлених завдань.

Спираючись на аналогії при виокремленні потенціалів підприємств, кожний з яких є відкритою економічною системою, відповідно до зазначених концепцій, можна визначити їх системоутворюючі характеристики:

Якщо проводити аналогії у виокремленні елементів потенціалів, які є відкритими економічними системами підприємств, то, у відповідності до таких концепцій, потенціал можна описати наступними системоутворюючими характеристиками:

- 1) зовнішнім оточенням – (отриманням ресурсів на вході, реалізацією продукції – на виході, мережею зв'язків з зовнішнім середовищем та зворотніх зв'язків);
- 2) внутрішньою структурою як сукупністю взаємозалежних обмежених ресурсів та компетенцій, що в ході реалізації бизнес-процесів перерозподіляють входи у виходи системи і забезпечують досягнення мети.

Характерними рисами розвитку потенціалів підприємств як відкритих економічних систем є:

- комплексність завдань, що вимагає дослідження сукупності взаємов'язаних аспектів (технічного, економічного, соціального, психологічного, управлінського тощо);
- висока складність розв'язуваних завдань;
- зростання кількості взаємозв'язків між різними окремими складовими;
- динамічність;
- недостатність ресурсів;

- удосконалення стандартизації й автоматизації окремих процесів виробничої і управлінської систем;
- прояви глобалізації в конкурентному середовищі, інтеграція та кооперація тощо;
- посилення впливів управлінських факторів.

Потенціал підприємств характеризуються властивостями, що типові для будь-яких економічних систем, зокрема:

- цілісністю (тобто первинністю системи, яка потім членується на елементи);
- взаємозв'язком і взаємодією елементів (синергічний ефект),
- складністю (тобто різноманіттям елементів та взаємозв'язків між ними),
- комунікативністю (взаємодією з зовнішнім середовищем),
- ієрархічністю (підпорядкованістю елементів та систем),
- множинністю опису (кількістю показників, що враховуються при вивченні окремих аспектів системи),
- здатністю до розвитку (навчанням та саморозвитком),
- альтернативністю форм функціонування та розвитком (існуванням різних шляхів досягнення мети від конкретних умов),
- пріоритетністю інтересів систем глобального рівня (підпорядкованістю реалізації елементів досягненню цілей сукупного потенціалу),
- пріоритетом якості (на всіх рівнях його структури),
- потужністю (кількісною оцінкою досягнутого чи потенційного рівня) [краснокутська].

Представлена структура економічного потенціалу підприємства

(рис. 1.4) дозволяє проаналізувати взаємодію його елементів. Складність системи економічного потенціалу суб'єктів господарювання, що зумовлена поєднанням елементів підсистем кадрового виробничого, організаційно-управлінського, інноваційного потенціалів обґрунтовує необхідність розподілу зв'язків між такими елементами, при чому дослідження кожного окремого елемента може бути лише з точки зору його взаємозв'язку з іншими елементами системи.

Так, виробничий потенціал як відкрита соціально-економічна система є сукупністю взаємозалежних елементів: технологічного, технічного, природно-ресурсного, інвестиційного та матеріальних активів.

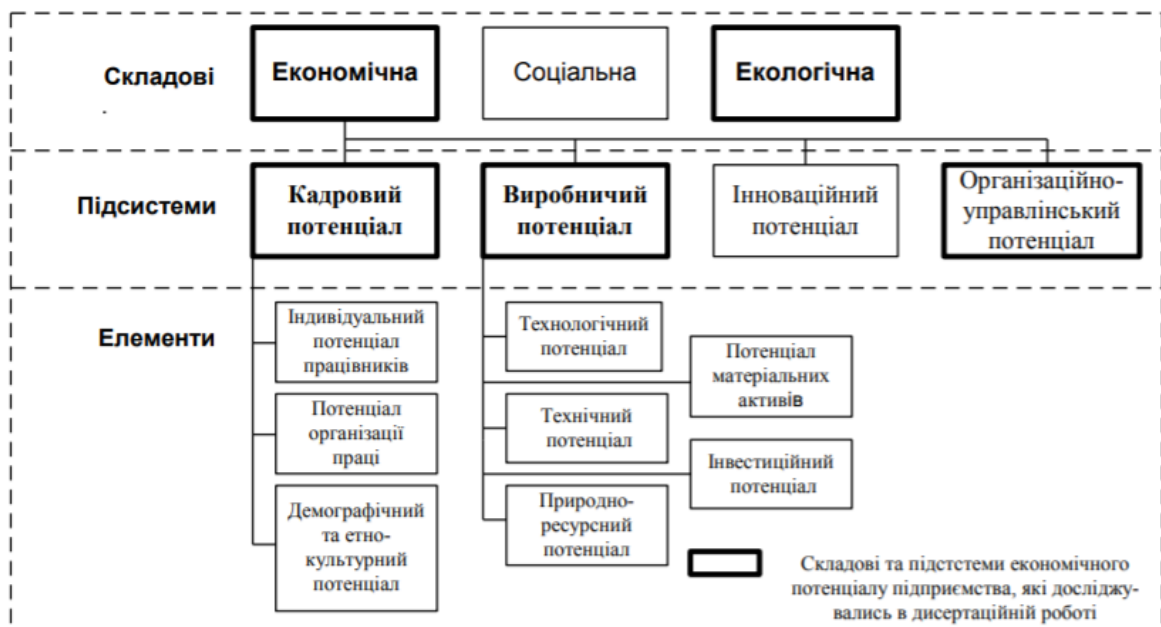


Рис. 1.7. Структурні складові економічного потенціалу підприємства

Вивчення виробничого потенціалу слід розпочинати з визначення його властивостей як цілісної системи та зв'язків з внутрішнім і зовнішнім середовищами, в подальшому переходячи до дослідження його внутрішніх елементів.

При цьому варто враховувати, що функціонування та розвиток потенціалів не може бути підсумком функціонування й розвитку окремих його

елементів, адже в результаті різного поєднання елементів виникатимуть якісно нові функціональні властивості цілого, відмінні від властивостей складових елементів. Принципова невідповідність нових властивостей систем сумі властивостей її елементів означає неможливість вивести властивості цілісної системи, закладаючи конкретні властивості складових елементів.

Таким чином, можна говорити про неадитивність систем, проявами чого сумарний підсумок дій таких характеристик як взаємозв'язки і взаємодії між елементами. Ці властивості є загальними економічними законами відповідності між елементами потенціалів, що в умовах їх спільного погодженого формування, функціонування та взаємодоповненості шляхом інтегрального впливу створюватиме нові якісні характеристики сукупних потенціалів суб'єктів економічної діяльності.

Кадровий потенціал підприємства – це гранична величина можливої участі персоналу підприємства у його діяльності з урахуванням рівня його професійно-кваліфікаційної підготовки, психофізичних особливостей, творчих здібностей, інтересів та мотивацій.

Аналогічним чином в кадровому потенціалі проявляються характеристики цілісності та неадитивності: властивості кадрового потенціалу мають принципові відмінності від властивостей кожного окремо взятого працівника [білорус]. Ефективність використання кадрового потенціалу суб'єкта господарювання досягається за умови, коли його загальний результат більше суми результатів використання потенціалів кожного окремого працівника, що зумовлюється реалізацією синергічного ефекту. При цьому збільшення результативності використання сукупного потенціалу можливе за умови забезпечення такого розподілу ресурсів між його складовими, за якого поліпшення «корисності» хоча б одного компонента не зменшить одночасно «корисність» жодного з інших.

Кадровий потенціал (як і виробничий та інші) є підсистемою економічного потенціалу підприємств, в той час як останній виступає підсистемою потенціалів більш високого рівня – галузей, регіонів чи цілої

країни; національний рівень є підсистемою для світового товариства як глобальної системи.

У випадках, коли окремі параметри чи властивості економічного потенціалу суб'єктів господарювання як відкритої системи неможливо дослідити, здійснюють вивчення окремих його сторін чи проявів, що зумовлює необхідність множинності описування систем та використання функціональних чи економіко-математичних моделей, в яких чисельність визначених показників (чинників) буде залежати від мети опису, складності досліджуваних об'єктів, відкритості та достовірності інформації тощо.

Формування економічного потенціалу суб'єкта господарювання є одним з напрямків реалізації його економічної стратегії та передбачає побудову системи використання його ресурсів, таким чином, щоб результати їх взаємодії забезпечували успіх в досягненні оперативних завдань та стратегічної мети функціонування підприємства.

При цьому слід спиратись на наступні наукові підходи:

1. Системний підхід, що відноситься до ключових підходів, застосовуваних в процесах формування економічного потенціалу підприємств. Його суть передбачає визначення на основі результатів маркетингових досліджень основних параметрів товару чи послуги, що будуть представлені на виході: що виробляти, якими мають бути якісні та витратні характеристики, умови збуту (строки, ціни тощо). При цьому визначені параметри виходу мають бути конкурентоспроможними.

Поряд з цим окреслюються параметри входу: ресурси, в тому числі й інформаційні, необхідні для побудови та реалізації внутрішніх бізнес-процесів. Такі потреби в ресурсному та інформаційному забезпеченні є результатом системного вивчення вимог до технічного (рівня розвитку техніки та технологій) та організаційного (системи організації виробництва, організації праці й систем управління) потенціалів підприємства та характерних параметрів зовнішнього середовища (політичний, економічний, технологічний, соціально-демографічний стан, культурне середовище,

наявність інфраструктури та можливості регіону).

Швидка адаптація потенціалів як систем до зміни споживчих вимог до товару, що виробляється, умов функціонування даного цільового ринку, виникнення інновацій, що стосуються даної сфери діяльності, можлива за умови налагодження комунікаційних зв'язків між постачальниками на вході, потенційними споживачами на виході, визначеними складовими зовнішнього середовища та економічним потенціалом.

Високі якісні характеристики кінцевого ефекту від реалізації економічного потенціалу підприємства залежать, в першу чергу, від якісного рівня параметрів входу – ресурсного забезпечення та повноти інформації, і лише потім – рівня якості реалізовуваних процесів та взаємодій із зовнішнім середовищем. Тобто, якщо при створенні економічного потенціалу підприємства характеристики якості на вході будуть лише задовільними, то навіть високоякісна реалізація бізнес-процесів в системі, дозволить забезпечити задовільні характеристики на виході. При цьому, наявність відмінних характеристик на вході в сукупності з задовільною якістю реалізації бізнес-процесів забезпечить задовільну якість характеристик на виході. Таким чином, оцінювання якісних характеристик виходу буде здійснюватись за нижньою межею попередньо реалізованих компонентів навіть за тієї обставини, що спочатку відбувається одночасне формулювання вимог до входу, потім одночасно – до виходу, і лише в останню чергу – до налагодження та реалізації бізнес-процесів внутрішнього середовища.

2. Маркетинговий підхід полягає в формуванні можливостей підприємства з урахуванням орієнтації на споживача. Таким чином, формування та визначення можливостей реалізації будь-якого компонента економічного потенціалу має базуватись на дослідженнях та прогнозуванні потреб ринку, рівня конкурентоспроможності суб'єктів бізнесу, що функціонують на даному цільовому ринку, та можливостей отримання власних конкурентних переваг тощо. В умовах застосування маркетингового підходу вибір критеріїв формування економічного потенціалу підприємств

відбувається за такими ключовими напрямками:

- підвищення якісних характеристик виходу як кінцевого результату реалізації економічного потенціалу відповідно до споживчих запитів;
- сприяння економії ресурсного забезпечення у споживачів шляхом підвищення якості всіх компонентів економічного потенціалу та, відповідно, якісних характеристик виходу.

3. Функціональний підхід спрямований пошук унікальних чи інноваційних техніко-технологічних рішень, здатних найповнішим чином задовольнити існуючі або потенційні запити споживачів. Потребою в такому випадку визначається сукупності функцій, які треба виконати для їх повного задоволення.

Після визначення переліку функцій (маркетингові дослідження, можливості постачання, організація виробництва, фінансування, інвестування тощо) розробляються альтернативні варіанти формування економічного потенціалу господарюючих суб'єктів та на основі аналізу кожного з них обирається той, що здатний забезпечити максимальну віддачу понесених сукупних витрат. Застосування даного підходу передбачає відхилення від вже існуючих стандартів та дозволяє, з одного боку, якнайповніше задовольнити оригінальні та інноваційні потреби, а з іншого – створювати стійкі конкурентні переваги.

4. Відтворювальний підхід спрямований на планомірне оновлення та впровадження інновацій в процес виробництва продукції з метою забезпечення зменшення ресурсоемності та підвищення якості продукції, що виробляється, у порівнянні з аналогічною продукцією на цільовому ринку

Спільною рисою перерахованих підходів є те, що в їх основу покладено базу порівняння (певні показники, що характеризують товар виробника чи аналогічний товар на цільовому ринку), яка є обов'язковою для використання в ході планування та організації відтворювальних процесів.

5. Інноваційний підхід, спрямований на активізацію впровадження інновацій суб'єктами господарювання, охоплює інструментарій, що включає

фактори впливу, основні засоби виробництва й інвестиції в інноваційну діяльність.

6. Нормативний підхід орієнтований на визначення нормативів відносно компонентів економічного потенціалу:

- якості продукції,
- матеріалозабезпеченості та завантаженості технічних об'єктів,
- ефективності використання ресурсів підприємства;
- розробки й ухвалення управлінських рішень.

При цьому встановлення нормативів має відбуватись з вимог комплексності, обґрунтованості, результативності та перспективності застосування.

7. Комплексний підхід базується на необхідності врахування економічних, екологічних, технічних, організаційних, соціальних та інших сторін діяльності підприємств, при чому обходження увагою хоча б однієї з них унеможлиблює вирішення проблеми.

8. Інтеграційний підхід спрямований на дослідження можливостей посилення взаємозв'язків та об'єднань окремих ринкових суб'єктів.

9. Динамічний підхід в процесі дослідження економічного потенціалу підприємства реалізується через розвиток за законами діалектики із визначенням причинно-наслідкових взаємозв'язків і підпорядкованості. Таке визначення здійснюється в ході проведення ретроспективного аналізу поведінки суб'єкта господарювання в аналогічних системах в певному періоді часу.

10. Оптимізаційні підходи полягає у визначенні кількісних параметрів і встановленні взаємозалежностей між визначеними складовими економічного потенціалу підприємства шляхом застосування економіко-математичних і статистичних методів.

11. Адміністративні підхід орієнтований на регламентацію функцій, обов'язків, прав, нормативів, базуючись на спеціальні методи.

12. Поведінковий підхід спрямований на посилення результативності

сукупного економічного потенціалу суб'єктів господарювання в аспекті підвищення результативності їх кадрового компонента.

13. Ситуаційний підхід ґрунтується на альтернативних способах досягнення мети і забезпеченні можливості максимально адаптуватись в умовах окремих ситуацій в ході формування економічного потенціалу підприємства.

14. Структурний підхід полягає в структуризації економічного потенціалу і дослідженні значимості, пріоритетності його компонентів, виявлення раціональних співвідношень та реалізацію обґрунтованого перерозподілу ресурсного забезпечення між ними.

В економічній науці описані численні підходи щодо визначення структури економічного потенціалу підприємств, більшість з яких базується на аналізі ресурсного забезпечення структури потенціалу з можливістю одночасного врахування наявних кількісних складових. Так, в одних випадках аналіз охоплює лише засоби праці, в інших - предмети праці й кадрове забезпечення, в наступних умовах аналізується інша комбінація структурних складових.

В більш широкому сенсі поняття «структура економічного потенціалу підприємства» доповнюється вивченням системи інформаційного забезпечення, досвіду провідних господарств тощо.

Варто зауважити, що застосування лише ресурсного підходу не здатне в повній мірі охарактеризувати економічний потенціал підприємства. Науковці зазначають необхідність здійснення аналізу інших аспектів економічного потенціалу поряд з дослідженням ресурсного забезпечення підприємства.

Отже, компонентами економічного потенціалу підприємства є все те, що пов'язане зі створення та розвитком підприємства. На рисунках 1.8 та 1.9 приведені групування методів дослідження економічного потенціалу підприємства та визначення його об'єктивних та суб'єктивних складових.

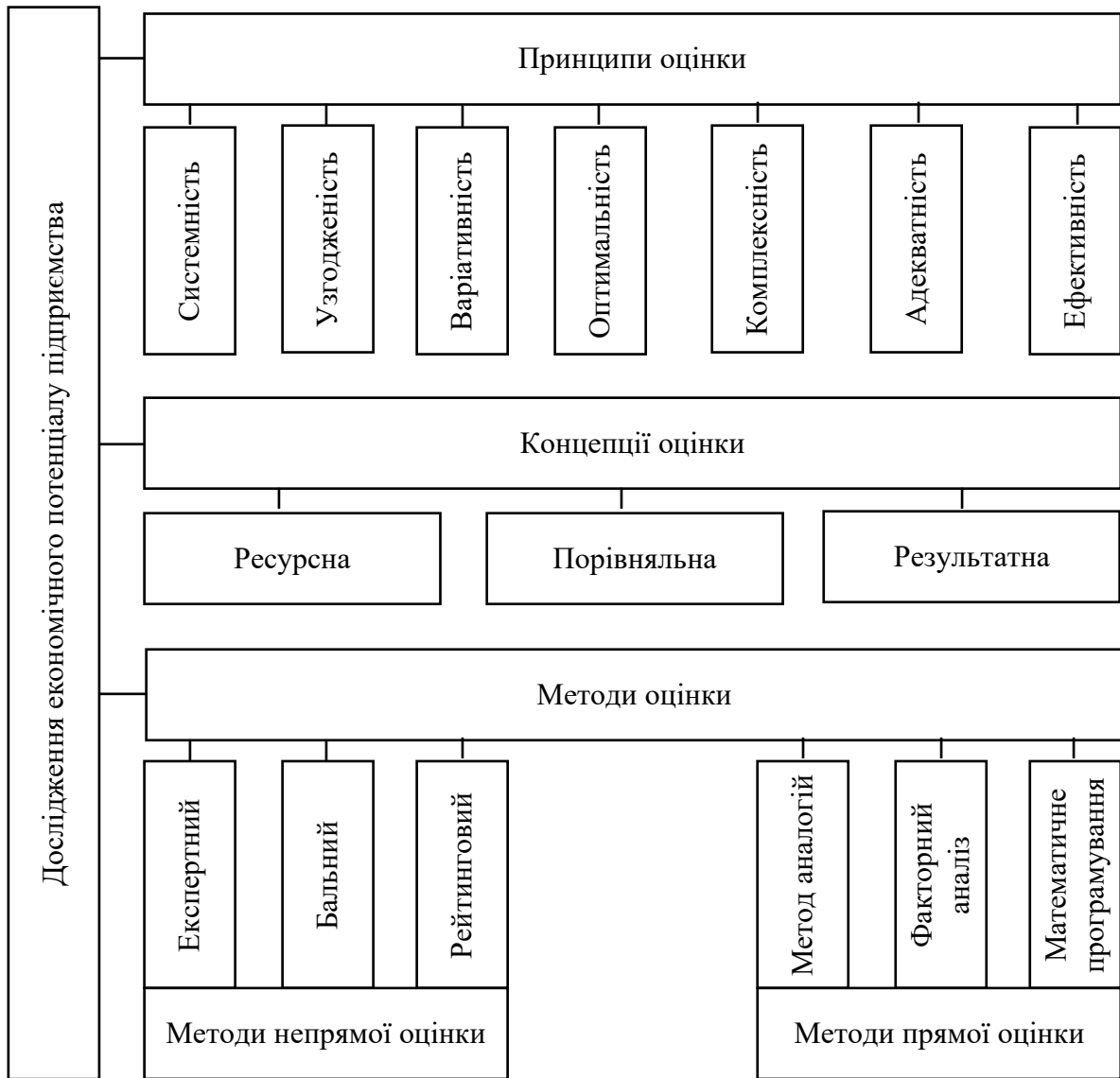


Рис. 1.8. Структура дослідження економічного потенціалу підприємств

Об'єктивними складовими економічного потенціалу підприємства, які пов'язані зі споживанням та відтворенням у різних матеріально-речових формах в процесі його формування та функціонування, є перш за все, виробничий потенціал, інноваційний потенціал, інвестиційний потенціал, потенціал відтворення.

Інноваційний потенціал визначається як сукупна можливість підприємства генерувати, імплементувати та впроваджувати інноваційні ідеї (можливо їх модифікації) ідей з метою систематичного технологічного, технічного, виробничого, організаційного й управлінського оновлення.

Виробничий потенціал являє собою сукупність явних та прихованих можливостей підприємства до залучення та використання факторів виробництва з метою досягнення максимально можливих обсягів продукції. Його також слід сприймати як сукупність функціонуючого й спроможного виробляти певні обсяги продукції ресурсного забезпечення.

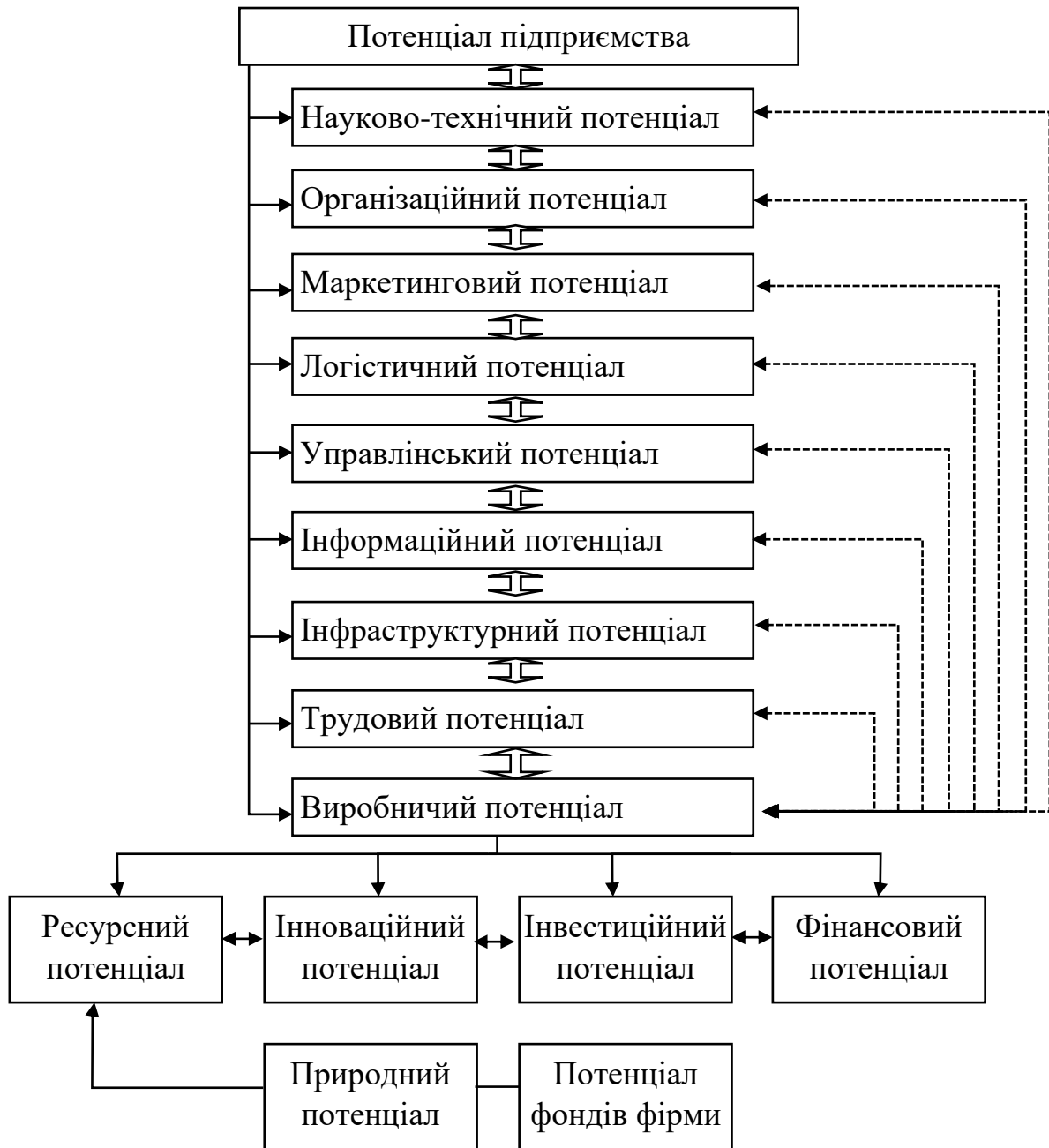


Рис. 1.9. Структура складових потенціалів підприємств

Отже, можна зазначити, що виробничий потенціал суб'єкта господарювання є поліструктурною системою. Його склад з урахуванням

елементів інноваційності може включати:

- потенціал земельних ресурсів і природнокліматичні умови;
- потенціал основних фондів;
- потенціал оборотних активів;
- потенціал нематеріальних активів;
- потенціал виробничого персоналу.

Потенціал земельних ресурсів і природнокліматичних умов є сукупністю можливостей підприємства пристосовувати до своєї виробничо-комерційної діяльності наявні природні багатства.

Потенціал основних фондів ґрунтується на наявній і прихованій можливостях основних фондів, що виступають техніко-технологічним базисом виробничих потужностей підприємств.

Потенціал оборотних активів, що є складовою виробничого капіталу підприємства, є сукупністю предметів праці (сировини, палива, енергії, конструкційних матеріалів та допоміжних матеріалів), що знаходяться у формі виробничих запасів, незавершеного виробництва, витратах виробництва майбутніх періодів.

Потенціал нематеріальних активів виступає як сукупність можливостей господарюючого суб'єкта використовувати в своїй діяльності права на продукти інтелектуальної праці задля просування корпоративних інтересів та найбільш повного задоволення потреб потенційних клієнтів.

Потенціал виробничого персоналу є властивістю працівників виробляти продукцію відповідної якості.

Інвестиційний потенціал є сукупністю власних та / або залучених фінансових ресурсів підприємства, яким воно розпоряджається в процесі провадження оперативної діяльності та перспективного планування.

Інвестиційний потенціал є ключовим елементом фінансового потенціалу господарюючих суб'єктів та виступає сукупністю наявних та прихованих можливостей підприємства до провадження простого й розширеного відтворення.

Загалом, відтворення економічного потенціалу підприємства виявляється в безперервному відтворенні усіх його елементів. При цьому під потенціалом процесів відтворення виробництва розуміють сукупність матеріально-технічних, фінансових, нематеріальних та інших ресурсів, якими підприємство вже розпоряджається чи які можуть бути залучені для реалізації можливостей простого чи розширеного відтворення окремих факторів виробництва чи складових потенціалів підприємства.

Суб'єктивне формування складових потенціалів здійснюється в залежності від суспільної форми їх виявлення: не задіяні в споживанні, вони лежать в основі створення передумов, чинників раціонального споживання загальноекономічних, загальногосподарських і соціальних об'єктивних складових. Тобто можна вести мову про існування суб'єктивних складових потенціалу підприємства, вплив яких на розвиток основних чинників виробництва й результативність діяльності економічної системи в залежності від складності та особливостей її середовища, справляють вирішальне значення. В практичному житті відомі випадки, коли результати діяльності декількох успішних підприємств з подібним параметрами потенціалу (умовами виробництва) є різними. Основна причина цього криється в різних рівнях цільової орієнтації їх систем. Тобто результативність підприємства залежить від того, на скільки вдалим є організаційне та економічне забезпечення досягнення визначеної мети, при цьому результативність здійснюваних виробничих процесів на науковій основі також вимагає якісного налагодження процесів управління.

Суб'єктивну природу також мають такі складові економічного потенціалу підприємства як напрацювання в сфері науково-технічного, маркетингового, управлінського потенціалів, а також організаційної структури та структури управління.

Науково-технічний потенціал підприємств є узагальнюючою характеристикою ступеня наукового забезпечення процесів його виробництва. Його складовими є наука, техніка, технологія, інжиніринг, досвід

виробництва, наявність і можливість ресурсного забезпечення, у тому числі науково-технічного персоналу, здатного вирішувати науково-технічні завдання в процесі досягнення поставленої мети.

Управлінський потенціал є сукупністю навичок і характеристик управлінців всіх структурних рівнів організації, здатних забезпечити конкурентоспроможний розвиток соціальної та економічної системи підприємства.

Потенціали організаційної структури та структури управління, виступаючи загальнокорпоративними формальними чи неформальними управлінськими механізмами визначають результати організації системи підприємства та взаємозв'язків між її елементами.

Маркетинговий потенціал суб'єкта господарювання є сукупністю його властивостей системно та планомірно спрямовувати свої зусилля на якнайповніше задоволення потреб потенційних споживачів та розширення ринків потенційного збуту. Базовими функціями маркетингового потенціалу підприємства є вичення запитів потенційних споживачів та обсягів попиту на конкретні товари, налагодження на відповідно до отриманих даних виробництва, збуту та післяпродажного обслуговування тощо.

У взаємозв'язку з маркетинговим потенціалом суб'єктів господарювання розглядають логістичний потенціал, який визначають як максимальну продуктивність чи сукупність функціональних можливостей системно інтегрованих внутрішніх структур, що охоплюють всі напрямки виробничо-комерційної діяльності з:

- транспортування у просторі, русі, часі;
- розміщення персоналу - перевезення, розташування їх у службових приміщеннях;
- перевезення матеріалів і готової продукції відповідно до графіків;
- транспортування, зберігання, складування та перерозподіл;
- формування енергетичних потоків;
- формування інформаційних потоків, зокрема, в частині, передачі,

обробки, зберігання й трансформації.

Таким чином, логістичний потенціал господарюючих суб'єктів, не залежно від сфери їх діяльності, включає логістику персоналу, логістику матеріалів і виробленої продукції, логістику інформаційних потоків тощо.

Важливе місце в структурі потенціалу підприємства інфраструктурному, трудовому та інформаційному потенціалам, які одночасно не можуть бути віднесеними чи до об'єктивних, чи до суб'єктивних складових економічного потенціалу.

Трудовий потенціал є наявною і можливою кількістю і якістю робочої сили трудового колективу при визначеному рівні діяльності й розвитку підприємства [калюжна]. Такий підхід до визначення трудового потенціалу дозволяє оцінити результат використання потенційної здатності як окремих працівників, так і команди, що є важливим при визначенні можливості активізації людського фактору а також в забезпеченні структурованої збалансованості особистісних й упредметнених визначених факторів виробництва, необхідних для забезпечення сталого розвитку.

Інфраструктурний потенціал виявляється у збалансованій за виробничими потребами можливості підприємства, його структурних підрозділів та служб забезпечувати параметри умов, необхідні здійснення основної діяльності з одночасним задоволенням соціальних потреб працівників.

Інформаційний потенціал підприємства розглядають в єдності організаційних, технічних й інформаційних потоків та можливостей, здатних забезпечувати процеси підготовки й прийняття управлінських рішень. Ступінь розвитку інформаційного потенціалу визначає характер та специфіку виробництва через процеси збирання, обробки, оперативного розповсюдження інформації.

Ключовим елементом економічного потенціалу та базою формування інноваційно-інвестиційного потенціалу господарюючих суб'єктів аграрної сфери є виробничий потенціал, що має наступну структуру (рис. 1.10).

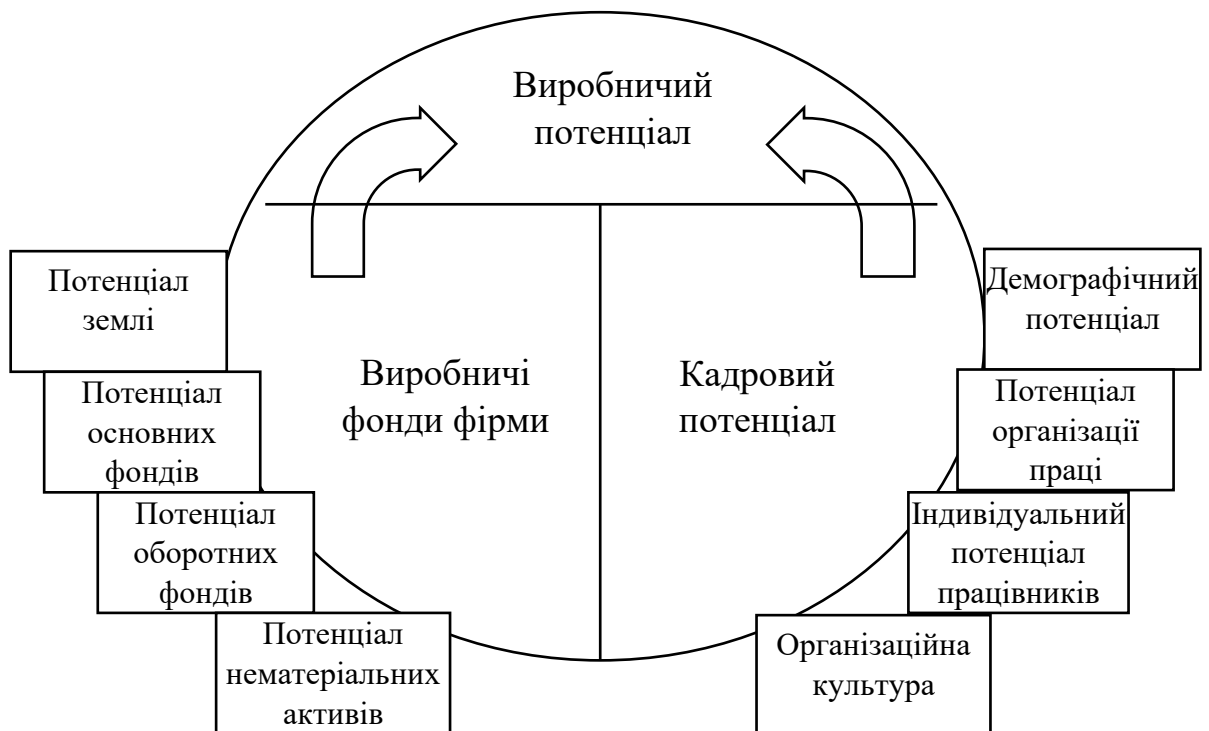


Рис. 1.7. Структура виробничого потенціалу господарюючих суб'єктів

Виробничий потенціал суб'єктів бізнесу є системою взаємозалежних складових, здатних виконувати різноманітні функції в процесах виробництва продукції та досягнення інших цілей, забезпечуючи сталий конкурентоспроможний їх розвиток.

З-поміж характерних рис економічного потенціалу підприємств виділяють наступні:

1. Цілісність економічного потенціалу. Всі складові економічного потенціалу підприємства мають бути спрямовані на досягнення визначеної загальної цілі. Така цілісність досягається шляхом генерування та імплементації в процесі формування і використання економічного потенціалу підприємства наступних принципів спільності і єдності цільових функцій та спільності визначених критеріїв результативності функціонування і подальшого розвитку всього потенціалу загалом та його окремих компонентів, зокрема.

2. Складність економічного потенціалу, що виявляється в існуванні складових компонентів, при чому кожен з них може бути сукупністю окремих частин. Наприклад, компонентом виробничого потенціалу підприємства виступають основні виробничі фонди, які, в свою чергу, включають робочі машини й устаткування. Крім того, система економічного потенціалу пронизана зворотніми матеріальними та інформаційними взаємозв'язками між її компонентами.

3. Взаємозамінність компонентів економічного потенціалу підприємства, їх альтернативність. Дану характеристику не варто розглядати мехнічно, хоча вона й зумовлена технічними та технологічними особливостями процесу виробництва.

Так, накопичення запасів виробничих ресурсів може бути наслідком якісної заміни якого-небудь компонента виробничого потенціалу (впровадження новітнього обладнання, інноваційних технологій, енергій, інформаційного забезпечення, методів організації управління і організації виробництва). При цьому ступінь такої альтернативності носить непостійний характер та залежить від економічних ситуацій, рівня розвитку виробничого потенціалу, особливостей формування господарської системи та її результативності. Крім того, на практиці проявляється існування меж взаємозамінності компонентів потенціалу, а ці процеси характеризуються періодичністю за часовими, кількісними та якісними характеристиками. Реалізація такої характеристики дозволяє економічному потенціалу забезпечувати збалансованість та рівновагу між окремими його компонентами.

4. Взаємозв'язки і взаємодії компонентів економічного потенціалу підприємства виявляються в існуванні виражених ступенем відповідностей і співвідношень матеріальних та нематеріальних виробничих чинників якісних та кількісних зв'язків. Дана характеристика підкреслює, що покращення одного з компонентів не спроможне забезпечити суттєве зростання віддачі потенціалу; найбільша віддача досягається завдяки інтегральній дії

компонентів в умовах раціонально структурованого потенціалу.

5. Здатність економічного потенціалу господарюючого суб'єкта сприймати елементи новітніх та інноваційних досягнень та здобутків науково-технічного прогресу. Таке підвищення науково-технічної ємності забезпечить зростання результативності та перспективи для розвитку.

6. Гнучкість економічного потенціалу виявляється в його здатності переорієнтовувати власну виробничу систему на виробництво нової інноваційної продукції, використання інших матеріалів тощо без здійснення базових змін їх матеріально-технічної бази та оснащення. Така характеристика економічного потенціалу є особливо актуальною в нестабільних ринкових умовах (росту коливань обсягів і структури існуючого попиту, прискорених темпів впровадження досягнень науково-технічного розвитку в агропромисловий сектор економіки тощо).

7. Класовий характер економічного потенціалу, що визначає його масштаби і структуру. Наприклад, метою модернізації систем виробництва продукції є відмежування капіталу від вирішення соціальних проблем та спрямування його на забезпечення стабільних джерел прибутку.

8. Потужність економічного потенціалу виявляється в кількісному вимірі його продуктивності та здатності. Цей показник дозволяє визначити місце і роль кожного окремого господарюючого підрозділа в галузевій і народногосподарській структурах відповідних потенціалів.

Класифікація характеристик виробничого потенціалу здійснюється за наступними ознаками:

- внутрішні засоби,
- структурні особливості,
- якісні характеристики,
- соціально-економічні відмінності.

Структурні особливості виявляються в складності, системності, цілісності, замінності компонентів, їхніх взаємозв'язках і взаємодії. Якісні характеристики дозволяють охарактеризувати здатність складових потенціалу

сприймати науково-технічні досягнення, ґручність та потужність економічного потенціалу господарюючого субєкта. Соціально-економічна відмінність виявляється в класовості та здатності до набуття потужності.

З метою визначення можливостей підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських виробників, спроможності долати негативні наслідки поточного економічному розвитку слід здійснювати цінювання реального потенціалу.

За умов, коли налагоджені процеси відтворення інноваційно-інвестиційного потенціалу господарюючих субєктів, здатні забезпечити збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, розкриваються можливості для забезпечення розвитку потенціалу економічного зростання на інтенсивній основі, що актуалізує проблему необхідності дослідження сутності та структури інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств та особливостей його формування. Варто зауважити, що останній наразі є визначальним ресурсом, що дозволяє з урахуванням формування реалізації державних стратегій розвитку забезпечити економічний розвиток господарюючих субєктів аграрного спрямування.

Аналіз теоретичних напрацювань значної когорти вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, В. Базилевича, І. Балабанова, Л. Беззубко, Б. Буркинського, Є. Галушка, В. Захарченко, С. Ілляшенка, І. Капітана, Д. Кокурина, Є. Лапіна, Є. Марченка, А. Поповича, Д. Черваньова та ін., є свідченням високої зацікавленості науковців до вивчення проблем інноваційного потенціалу та намагання визначити сутність даного поняття, окреслити особливості його формування та реалізації. При цьому динамічний розвиток аграрного бізнесу залишає наразі питання змістовного наповнення інноваційно-інвестиційного капіталу відкритими, як і особливостей його відтворення в аграрному секторі національної економіки.

Перш ніж вивчати поняття інноваційний потенціал, варто зупинитися на трактуванні поняття «потенціал», яке виникло від латинського слова «potential», що буквально перекладається як «сила», «міць». В більш

широкому розумінні дане поняття приховані можливості, які завдяки праці в умовах виробництва можуть перетворитись на реальність. В тлумачному словнику С. Ожегова [ожегов] потенціал визначено як ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність яких-небудь засобів, можливостей. «Великий тлумачний словник сучасної української мови» дає таке означення даному поняттю: «сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов» [Великий тлум...]. Л. Абалкін [6] тлумачить дану категорію як узагальнену збірну характеристику ресурсів, прив'язану до місця і часу [6].

Природа потенціалу та змістовна наповненість даного поняття розкривається через три його взаємопов'язані та взаємозалежні ознаки, що прослідковуються в нижчеперерахованих визначеннях (табл. 1,5):

- 1) зміст (засоби, запаси, ресурси);
- 2) здатності та можливості, необхідність мобілізації визначених ресурсів, засобів;
- 3) ціль мобілізації і використання вищевизначених ресурсів.

З огляду на це, реалізація сутності потенціалу, в тому числі й інноваційно-інвестиційного, вимагає забезпечення цих трьох ознак.

Таким чином, наукова категорія «потенціал» в економічній науці базується на невиявлених, нерозкритих та нематеріалізованих можливостях, перетворення яких із потенційних на реальні можливо здійснити шляхом економічної діяльності. При чому мобілізація таких можливостей економічною системою (зокрема, аграрним підприємством) і їх використання в економічній діяльності за певних визначених ринкових умов дозволить отримати якісно новий імпульс.

Стрімкий економічний і науково-технологічний розвиток економік різних країн у другій половині ХХ ст. пов'язаний з появою численних винаходів, інновацій та нововведень. Сформований в результаті науково-

технічного прогресу інноваційний інструментарій здатний справляти потужний вплив на продуктивність праці та витрати виробництва.

Таблиця 1.5

Наукові тлумачення поняття «потенціал»

Автори	Трактування
Г. Нойбауер [5, с. 65]	засоби, запаси, джерела, що можуть бути використані для вирішення певного завдання, досягнення визначеної мети, можливості окремого індивіда, суспільства, держави в певній сфері
Д. Черников [6]	сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів
Б. Мочалов [8]	сукупність накопичених ресурсів та їх використаних і невикористаних потенційних можливостей у сфері виробництва матеріальних благ та послуг з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства
В. Архангельський [6].	засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певного завдання
Я. Барібіна [Барібіна]	сукупність природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення певних цілей
С. Кравченко, І. Кладченко [9].	здатність матерії переходити від можливості до реальності, з одного стану в інший (наприклад, від старого до нового). При цьому потенціал – це міра єдності досягнутого, котре може бути використане з певною ціллю, і можливого, тобто досяжного за певних умов
І. Петрович, І. Будішева [економіка вир підпр]	сукупність економічних ресурсів і виробничих можливостей фірми, які можуть бути використані для досягнення цілей фірми
О. Федонін, І. Репіна [Федонін]	наявність у кого-небудь (будь то окремо взята людина, первинний робочий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей які ще не виявились, або здатності діяти у відповідних сферах
І. Ажман [Ажман]	спроможність, здатність сприяти задоволенню потреб суспільства, розвиватися у визначеному напрямі, досягати поставлених цілей за умов максимальної ефективності, отримувати заплановані результати, підвищувати конкурентоспроможність за рахунок сформованої у певний момент часу сукупності структурованих ресурсів, які використовуються у мовах дії чинників зовнішнього середовища

Відповідним чином, трансфер інноваційних технологій, генерування інновацій та їх імплементація в аграрне виробництво вимагає значних інвестицій, що й зумовлює одочасний розгляд категорій «інновації» та

«інвестиції». Тому дослідження поняття «інноваційно-інвестиційний потенціал» набирає вагомості як в зарубіжній, так і в вітчизняній економічній науці, починаючи ще з середини 70-х рр. ХХ ст.

Вивчення сутності інноваційно-інвестиційного капіталу зазвичай відбувається через дослідження його структури. Елементами такої структури є інноваційний та інвестиційний потенціал, які взаємодоповнюють один одного.

Загальновідомо, що навіть при окремому розгляді інноваційної системи та інноваційного потенціалу визначають їх як основи інтенсивного типу потенціалу економічного зростання. Так, в законі України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» інноваційний потенціал було визначено як «сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки» [Про пріорз точки зору основних ознак

Акцентуючи увагу на основних ознаках сутності категорії «інноваційний потенціал» як базового чинника економічного розвитку суб'єктів господарювання, науковці трактують поняття в різних аспектах (табл. 1.6). Перший аспект: складова інтелектуального потенціалу. Прихильники такого підходу визначають інноваційний потенціал як «нагромаджену визначену кількість інформації щодо результатів науково-технічних робіт, винаходів, дослідно-конструкторських розробок, прикладів нової техніки та продукту [11, с. 29].

Другий аспект: інтегральна сукупність інших потенціалів і як складова економічного потенціалу. На думку дослідників Інституту стратегічних інновацій, інноваційний потенціал є свого роду ядром загального підприємницького чи економічного потенціалу суб'єкта господарювання, а науково-технічна, виробничо-технологічна та фінансово-економічна сфери є його органічними елементами [12]. В даному аспекті досить поширеним є одночасне використання понять інноваційного та науково-технічного

потенціалів.

Таблиця 1.6

Особливості поняття «інноваційний потенціал»

Підхід	Дослідник	Трактування
Як складової інтелектуального потенціалу	Є. Лапін [23, с. 37–38]	«разом з інформаційним є складовими частинами інтелектуального потенціалу підприємства. Вони (потенціали)...допомагають піднести рівень і ефективність технологій»
Як інтегральної сукупності інших потенціалів і як складової економічного потенціалу	Н. Папп [13]	«єдність і взаємодія наукового, освітнього, управлінського і модернізованої частки освітнього потенціалу»
	С. Ілляшенко [14, с.179]	«частина економічного потенціалу, що забезпечує розвиток науки і техніки і впровадження їх досягнень в економіку, забезпечуючи тим самим зростання»
	Буркинський Б. В. [Буркинський, с.179]	сукупність кадрових, науководослідницьких, матеріальних, ринкових, інтелектуальних, інформаційних, фінансових ресурсів (потенціалів), які потрібні для інноваційної діяльності, тобто безпосередньо беруть участь у інноваційному процесі, метою якого є задоволення потреб економіки та суспільства у нових або вдосконалених видах продукції або послуг і підвищення конкурентоспроможності регіону та країни загалом
Як здатності системи до зміни, досягнення нового стану	Е. Марченко, М. Разумова [15]	здатність, можливість системи до трансформації фактичного порядку речей в новий стан з метою задоволення існуючих або нових виникаючих потреб...»
	Л. Беззубко [16, с. 11]	це така собі характеристика здатності системи до зміни, вдосконалення, прогресу
Як сукупності ресурсів, що забезпечують здійснення інноваційної діяльності	І. Балабанов [24, с. 201]	«сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні і інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності»
	В. А. Верба, І. В. Новікова [верба]	сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, та чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому
	Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. [захарченко, с. 147]	сукупність ресурсів, які безпосередньо беруть участь в інноваційному процесі, перебувають у взаємозв'язку, і факторів, що створюють необхідні умови для ефективного використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності і підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Підхід	Дослідник	Трактування
Як сукупності можливостей використання продуктивної сили ресурсу та забезпечення інноваційного процесу	М. Ільїн [23, с. 179]	«...як система, що забезпечує створення і впровадження у виробничу і соціальну практику науково-технічної інформації, необхідної для підвищення економічної і соціальної ефективності всіх сфер людської діяльності у конкретних соціально-економічних і організаційних умовах»
	Радзівіло І.В. [7]	складна динамічна система з одночасним урахуванням та поєднанням впливу факторів і чинників середовищ, внутрішніх та зовнішніх можливостей і здатностей, ефективності їх використання, принципів своєчасності та стратегічної направленості підприємства.
Як міри здатності і готовності економічного суб'єкта здійснювати інноваційну діяльність	Є. Галушко [25]	«...як здатність розробляти і впроваджувати нововведення у відповідності з необхідними якісними стандартами з метою адаптації до змін у зовнішньому середовищі...»
	В. Василенко [26, с. 9]	«.. як здатність господарства чи суб'єкта господарювання виробити нову, наукомістку продукцію, що відповідає вимогам ринку...»
	І. Капітан [27, с. 130]	«...інноваційний потенціал підприємства передбачає реальну або ймовірну спроможність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу у сфері розроблення, виробництва і впровадження інноваційного продукту або процесу...»
	А. Г. Поршнев	міру готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міру готовності до реалізації проекту або програми інноваційних стратегічних змін

Третій аспект: здатність системи до зміни, досягнення нового стану. Таке розуміння базується на розгляді понять «інноваційний потенціал» та «науково-технологічний потенціал» в межах однієї площини. При цьому реалізація науково-технічного потенціалу проявляється через інноваційний потенціал [15]. Інноваційний потенціал розглядається як здатність, спроможність систем трансформувати фактичний стан речей в інноваційний з метою задоволення існуючих або інновативних споживчих потреб [16, с. 11]. Таким чином, інноваційний потенціал характеризує здатність системи змінюватись, удосконалюватись, прогресувати, а результативне використання інноваційного потенціалу дозволить здійснити трансформацію прихованих можливостей суб'єкта господарювання в реальних та наявних.

Четвертий аспект. сукупність ресурсів для забезпечують здійснення інноваційної діяльності. За словами С.І. Архієреєва та Т.В. Тарасенко,

інноваційний потенціал є сукупністю способів і можливостей освітянської та виробничої сфер втілювати новітні науково-технічні досягнення; можливістю подальшого удосконалення інновацій, створення на їх основі інших інновацій та поширювати їх застосування в нових напрямках виробництва з метою отримання соціоекономічного ефекту [17, с. 5]. За даного підходу інноваційний потенціал суб'єктів бізнесу є сукупністю фінансово-економічних, виробничих, науково-технічних, соціальних і культурно-освітніх можливостей, реалізація яких сприятиме забезпеченню їх сталого інноваційного розвитку. Подібною є думка Д. Кокуріна, що характеризує інноваційний потенціал як «невикористані, приховані можливості нагромаджених ресурсів, які можуть бути задіяні для досягнення цілей економічних суб'єктів» [18, с. 111].

П'ятий аспект: сукупність можливостей використання продуктивної сили ресурсу та забезпечення інноваційного процесу. Даний аспект дозволяє характеризувати інноваційний потенціал як здатність різних галузей національної економіки країни створювати науковомістку продукцію, яка б задовольняла вимоги світового ринку [19, с. 131]. Така здатність, на думку науковців, має забезпечуватись сукупністю факторів та умов здійснення інвестиційного процесу. [20, с. 55].

Шостий аспект: міра здатності і готовності суб'єкта господарювання здійснювати інноваційну діяльність. В даному аспекті інноваційний потенціал проявляється в розкритті комплексних характеристик підприємств-новаторів, сукупності їх науково-технічних, технологічних, інфраструктурних, фінансових, правових, соціокультурних та інших можливостей, здатних сприймати та реалізовувати нововведення, тобто саме в створенні інновацій проявляється кінцева мета комплексного використання перелічених ресурсів [21, с. 20, 22, с. 25].

В такому розумінні інноваційний потенціал виражає наявність можливостей, готовність та здатність суб'єкта бізнесу створювати та реалізовувати інноваційні продукти. При цьому можливість слід розуміти як

наявність збалансованих структур складових інноваційного потенціалу, а готовність виявляється в достатньому рівні розвитку такого потенціалу, щоб сформувавши та імплементувати інноваційну модель розвитку господарюючого суб'єкта [12].

Спираючись на вищевикладене, можна говорити про те, що інноваційний потенціал є складовою економічного потенціалу, що реалізується через власну систему ресурсів, можливостей та здібностей, які, в свою чергу, забезпечують спроможність та здатність суб'єкта господарювання здійснювати привабливу інноваційну діяльність, впроваджуючи результати науково-технічних досягнень, беручи участь в розробці та реалізації інновацій та підтримуючи інноваційні процеси. Реалізація інноваційного потенціалу господарюючого суб'єкта створює умови для його переходу на якісно новий рівень розвитку та забезпечує йому відповідний рівень конкурентоспроможності.

Виходячи з розуміння того, що зміст будь-якого предмета та об'єкта дослідження доцільно розкривати через його структуру, Д. Кокурінін [18, с. 126] виділено ресурсну, результативну та внутрішню складові інноваційного потенціалу, а вітчизняним науковцем Л. Беззубком перелік доповнено таким елементом як інноваційна культура (рис. 1.8).

Ресурсна складова інноваційного потенціалу вважається основною фундаментальною компонентою, що здійснює безпосередній вплив на його формування та функціонування. Вона охоплює різні функціональні елементи: фінансові, матеріально-технічні, інформаційні, людські та інші види ресурсів, кожен з яких реалізує формоутворюючу чи ресурсну функцію формування інноваційного потенціалу.

Так, наявні у суб'єкта господарювання фінансові ресурси є органічним поєднанням існуючих фінансових запасів та джерел їх забезпечення, які для виконання поставлених завдань можуть бути акумульованими в будь-який час. Фінансові ресурси, приймаючи участь в матеріальному забезпеченні можливостей інноваційної діяльності, визначають фінансову потужністю

таких суб'єктів. Система матеріальних ресурсів та матеріально-технічного забезпечення є підґрунтім для формування техніко-технологічної бази інноваційного потенціалу.



Рис. 1.8. Структурування конкурентного потенціалу

Джерело: узагальнено автором

Інформаційне забезпечення та відповідні ресурси визначають можливості використання окремих корисних моделей, проектів у конкретній інноваційній діяльності. Інформаційні ресурси характеризуються такими ознаками як неможливість вичерпності та можливість нагромадження.

Людські ресурси, на які в контексті інноваційного потенціалу покладено не тільки функції забезпеченості і формування, але й, найголовніше, креативну функцію, що полягає у вдосконаленні існуючих технологій та процесів виробництва та справляє вплив на окремі складові ресурсної складової. Людські ресурси як вид нематеріальних ресурсів визначаються сукупністю

проінвестованих суспільнодоцільних виробничих загальнолюдських навичок, знань, умінь, якими володітиме людина, та які їй належатимуть [28, с. 51–52].

Результативна складова виявляється в цілі пристосування інноваційного потенціалу, наприклад, створення чи удосконалення продукції, впровадження інноваційної технології у виробничий процес тощо. За фактом, досягнення зміст та значення результативної складової інноваційного потенціалу проявляються в створенні та визначенні можливостей відтворення і нагромадження інших складових інноваційного потенціалу, зокрема ресурсного забезпечення. В той же час результативність поєднання і застосування ресурсної складової тане передумовою для ефективної реалізації результативної складової, що і відображає діалектичний підхід взаємозв'язків компонентів інноваційного потенціалу.

Внутрішні компоненти інноваційного потенціалу виступають свого роду «важілями» та механізмами, здатними забезпечити оптимальне поєднання і застосування ресурсних та результативних елементів. Ця цілеспрямовуюча складова інноваційного потенціалу, охоплюючи способи, інструменти і методи управління інноваційними процесами, характеризує можливості досягнення поставленої мети та виконання завдань в процесі здійснення інноваційної діяльності.

Таким чином, внутрішня складова інноваційного потенціалу підприємства задіяна на всіх етапах його інноваційного процесу, забезпечуючи зв'язок виробництва та наукової сфери шляхом трансферу технологій та організації виробництва та задовольняючи потреби та запити потенційних споживачів на визначеному сегменті ринку.

Інноваційна культура в якості складової інноваційного потенціалу визначає міру сприйняття інновацій суб'єктом господарювання, а також характеризує досвід реалізації інноваційних проєктів, політику менеджменту в сфері інновацій, відношення та готовність персоналу до новацій тощо [16, с. 17]. Ця складова є свого роду каталізатором в процесі відтворення інновацій.

Іншою органічною підсистемою інноваційно-інвестиційного потенціалу

виступає його інвестиційний потенціал.

Діалектична взаємодія цих двох підсистем – інноваційного та інвестиційного потенціалу – виявляється через реалізацію інвестиційного потенціалу, при чому лише залучення інноваційного потенціалу дозволяє забезпечити якісний перехід від потенціалу економічного зростання до економічного розвитку на інноваційній основі. В той же час, реалізація інноваційних процесів, генерування та трансфер інновацій можливі з точки зору економічного обґрунтування лише за умови використання інвестиційних ресурсів.

На разі сутність інвестиційного потенціалу підприємства досліджується науковцями в різних його аспектах, в зв'язку з чим визначення даного поняття бувають досить суперечливими. Аналіз та узагальнення існуючих наукових підходів в дослідженнях інвестиційного потенціалу дозволили виокремити наступні його дефініції (табл. 1.7).

Дослідження економічного змісту поняття «інвестиційний потенціал» відбувалось паралельно з дослідженнями інноваційного потенціалу, починаючи з 70-х рр. ХХ ст. При цьому інвестиційний потенціал розглядали в площині ресурсного забезпечення, виокремлюючи інвестиційні ресурси як його ключовий елемент.

В подальшому розуміння даного поняття формувалось не лише з точки зору обсягів ресурсів та можливостей їх накопичувати, але як здатності економічних систем освоювати ці ресурси та спрямовувати на досягнення поставлених цілей. Таким чином, розгляд інвестиційного потенціалу здійснюється з точок зору його складових: формування і використання.

Наприклад, завданням розвитку є вибір такого варіанту, при якому існуючий потенціал допускати можливість досягнення необхідного результату хоча б одним способом. Якщо розглядати інвестиційний потенціал з точки зору його формування, як максимально можливий результат при наявних ресурсах, то він буде характеризувати насамперед не повноту скоординованості реалізації інвестиційних ресурсів, не оптимальність

організованого інвестиційного процесу, а лише існуючі можливості збільшення результативності провадження інноваційної діяльності суб'єкта господарювання [калініченко].

Таблиця 1.7

Особливості поняття та сутності «інвестиційного потенціалу»

Підхід	Дослідник	Трактування
Як ресурси інвестицій	А. Алчіан [29, с. 80]	«...впорядкована маса фінансових, технічних і трудових ресурсів, які направляються в економіку і забезпечують розширення її можливості вирішувати проблеми соціального розвитку»
Як здатність до освоєння та спрямування ресурсів	А. Єгоров [30, с. 27]	Інвестиційний потенціал – здатність економічної системи і її окремих суб'єктів освоїти інвестиційні ресурси
	Ворсовський О.Л. [ворсоловський]	сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, які знаходяться у взаємозв'язку, що можуть за певних діючих внутрішніх та зовнішніх чинників інвестиційного середовища бути спрямовані на досягнення стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства
Як можливість взаємодії інвестора та реципієнта	В. Соколов, В. Шердяков [32, с. 58]	«...як діалектику взаємодії інвесторів та реципієнтів інвестицій стосовно використання джерел довгострокового прогресивно направленої розвитку в окремо визначеному господарському середовищі»
Як інвестиційна привабливість	Н. Мешко [12]	Інвестиційний потенціал складається як сума окремих потенціалів, що характеризують основні макроекономічні параметри регіону і впливають на його інвестиційну привабливість
	В. Матвєєв [Матвєєв, с. 126]	«...набір умов, інтелектуальних та матеріальних благ, які забезпечують інвестиційну діяльність і обмежують долю ризику інвестування»
Як ресурсне забезпечення розширеного відтворення	Н. Намлієва [34]	можливості підприємства задовольняти потреби розширеного відтворення; як взаємодію інвестиційного попиту та пропозиції
Як джерело для майбутнього інвестування	В. Бочаров [33]	Інвестиційний потенціал – це реальна пропозиція інвестиційних ресурсів (капіталу), опосередкована конкретним (або потенційним попитом)
	Туріянська М.М. [Туріянська].	«сукупність накопичених у результаті господарської діяльності власних ресурсів, які можуть бути використані для інвестицій без порушення поточної роботи».

Тому більшість дослідників інвестиційного потенціалу розглядають його як сукупну здатність підприємства реалізовувати інвестиційну діяльність, а рівень та обсяг використання інвестиційного потенціалу визначають ефективність цієї діяльності.

Принципами, що визначають формування та використання інвестиційного капіталу, визначено наступні:

1. Врахування стратегічних цілей підприємства.
2. Гнучкості до впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.
3. Диверсифікованого використання інвестиційного потенціалу.
4. Врахування стадії життєвого циклу підприємства.
5. Оптимальності структури інвестиційного потенціалу підприємства.
6. Маневреності та ліквідності інвестиційного потенціалу.
7. Врахування ризиків та їх оцінка при прийнятті рішень щодо використання інвестиційного потенціалу [здерник].

Наразі аналітики [35] представляють інвестиційний потенціал як суму інтелектуального, земельного, ресурсно-сировинного, енергетичного, комунікаційного та правового потенціалів. К. Покатаєва [36, с. 264], розглядаючи інвестиційний потенціал на мезо- та макрорівнях, представляє його як комплексну характеристику сукупної можливості економіки господарюючих суб'єктів здійснювати інвестиційну діяльність, що охоплюватиме як поточні резерви та інвестиційний капітал, так і об'єктивні передумови спроможності інвестування, в визначених напрямках. В такому разі потенціал самовизначається рівнем розвитку та результативністю складових потенціалів: економічного, фінансового, виробничого, ресурсно-сировинного, інноваційного, трудового, інституціонального, інфраструктурного, соціального.

Отже, інвестиційний потенціал підприємств є системою фінансових, технічних, трудових та інших ресурсів, що визначає є його інвестиційну привабливість та характеризує спроможність до інвестування та абсорбції

капіталів, маючи на меті задоволення споживчого попиту й забезпечення можливості розширеного відтворення.

Сучасні інноваційний та інвестиційний процеси є складними та вимагають висококваліфікованих фахівців для розробки та впровадження заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Поєднання інноваційного та інвестиційного потенціалів обумовлює формування інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства, який є фундаментом у забезпеченні розширеного відтворення.

Дослідженням поняття та сутності «інноваційно-інвестиційного потенціалу» наразі приділено недостатньо уваги, частіше ці потнецали розглядаються окремо. Розглянемо існуючі трактування інноваційно-інвестиційного процесу, які розглядають в єдності інвестиції та інновації.

Н. Мешко пропонує розглядати цю категорію як «максимальну сукупність інвестиційних ресурсів, спрямованих і інноваційний процес, які перебувають у взаємозв'язку з чинниками, що зумовлюють і створюють необхідні умови для досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі» [Мешко, с.85].

К. Хаусова характеризує дану категорію через сукупність певних чинників, рівнем розвитку яких визначається ступінь готовності суб'єкта господарювання залучати інвестиційні в інноваційні проекти відповідно до обраної стратегії та динамічних умов зовнішнього середовища [Хаусова, с.302].

Е. Забарна визначає інноваційно-інвестиційний потенціал як підкріплену сукупністю необхідних ресурсів і можливостей їх використання у ході фінансування інвестицій спроможність господарської одиниці до розвитку на власній базі в майбутньому, здатну забезпечити динамічний розвиток та підвищення конкурентоспроможності [21, с. 117].

С. Колесов трактує досліджувану категорію як гіпотетичний стан, що дозволяє використовувати в процесі інноваційно-інвестиційної діяльності

інноваційно-інвестиційні ресурси максимально продуктивно і в максимальній кількості. Тобто інноваційно-інвестиційний потенціал є можливістю підприємства забезпечувати інвестиційно-інноваційний процес в середньо- і довгостроковому періоді.

На нашу думку найбільш вдалим є підхід до визначення інноваційно-інвестиційного потенціалу, за якого:

- найбільш повно розкривається зміст даного поняття через спроможність (здібність);
- визначається база його формування (наявні ресурси та інвестиційні джерела);
- враховується здатність ефективно використовувати накопичені на фінансування інвестицій;
- враховується інноваційна спроможність реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу, спрямована на забезпечення сталого динамічного розвитку та конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, підводячи підсумок, інноваційно-інвестиційний потенціал можна охарактеризувати як здатність до акумуляції та освоєння інноваційно-інвестиційних ресурсів, факторів та умов, що визначають можливості для реалізації інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктами господарювання з метою забезпечення сталого економічного розвитку на основі розширеного типу відтворення та відповідно рівня конкурентоспроможності підприємств.

Необхідними умовами для забезпечення відтворення інноваційного потенціалу є взаємодія інвестиційного та інноваційного потенціалів в процесі їх паралельної реалізації.

Сучасна наукова думка не сформувала єдиного підходу до визначення сутності та структури інноваційного та інвестиційного потенціалів ні по окремі, ні в поєднанні – як інноваційно-інвестиційного потенціалу. Тому існує об'єктивна необхідність подальших досліджень, спрямованих на визначення його сутності як економічної категорії, механізмів формування, взаємодій та можливостей реалізацій, враховуючи при цьому важливість

забезпечення відтворення такого потенціалу та забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання загалом та виробленої продукції, зокрема.

Проведена систематизація наукових поглядів та підходів економістів на зміст та структуру інноваційного, інвестиційного та інноваційно-інвестиційного потенціалів дає можливість сконцентрувати увагу в перспективних дослідженнях на виявленні особливостей процесів відтворення інноваційно-інвестиційного потенціалів, їх оцінюванні та визначення ступеня значимості в забезпеченні бажаного рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах глобалізаційних процесів.

Визначені теоретичні підходи до представлення сутності економічного потенціалу дозволили розглядати його з точок зору сукупності факторів та джерел зростання й формування економічної потужності країни; результату розвитку продуктивних сил у галузі, здатного забезпечувати задоволення суспільних потреб; процесів ідентифікації та створення певних підприємницьких можливостей, структуризації та побудови параметрів максимально можливих виробничих потужностей й критеріїв оптимальності виробничих планів конкретних господарюючих суб'єктів.

Однак, в умовах реалій сьогодення, коли результативність операторів аграрного ринку дає їм змогу формувати лише виробничий потенціал шляхом самозабезпечення виробничими ресурсами, вони не мають можливості нарощувати обсяги виробництва та створювати необхідні конкурентні переваги на певних інфраструктурних рівнях. Це актуалізує вирішення питання необхідності створення та реалізації інноваційного потенціалу як невід'ємної складової забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку.

В результаті досліджень доведено, що формування інноваційного потенціалу підприємств аграрної сфери є можливим саме в умовах реалізації механізмів їх інвестиційного забезпечення. Однак відсутня єдність поглядів щодо сутності поняття інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Запропоновано визначати інноваційно-інвестиційний потенціал аграрних суб'єктів бізнесу як складової економічного потенціалу, характеризуючи його як реальну чи потенційну спроможність таких суб'єктів використовувати інновації у власних виробничій та управлінській системах шляхом паралельного залучення інвестиційного інструментарію для здійснення моделювання комплексної концепції стратегічного управління, визначення елементів, принципів та методів останньої.

Структура такої інноваційно-інвестиційної моделі розвитку аграрних підприємств включає окремі блоки інноваційних можливостей, насамперед їх виробничої та управлінської сфер, які в умовах сьогодення є вирішальними при визначенні їх інвестиційної привабливості, а отже, в системі генерування, імплементації та реалізації потенційних можливостей забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в середньо- та довгостроковій перспективі.

Здійснивши узагальнення наукових поглядів щодо процедур стратегічного управління формуванням та реалізацією потенціалу конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора національної економіки та продукції, що ними виробляється, та спираючись на характеристики його структурних компонентів, було побудовано та обґрунтовано цілісну концепцію управління розвитком зазначеного потенціалу. Компоненти такого потенціалу сформовані, виходячи з необхідності впровадження інновацій в господарську діяльність, спрямування інвестиційної діяльності підприємства на генерування інновацій та їх імплементацію, а також в результаті розмежування інноваційно-інвестиційних стратегій та стратегії конкурентоспроможності з метою створення цінних, якісних, товарних та ринкових конкурентних переваг. Відповідно, наукового розвитку набула економічна категорія «інноваційно-інвестиційний капітал», що визначає орієнтацію суб'єкта господарювання на спрямування інвестицій лише в створення стійких конкурентних переваг шляхом реалізації інноваційних проєктів. Такий підхід дозволяє встановлювати причинно-наслідковий зв'язок між інвестиціями, інноваціями, конкурентоспроможністю

та ефективністю в контексті більш системної та раціональної формалізації стратегій розвитку.

Висновки до розділу 1

1. В ході дослідження набула розвитку наукова дефініція поняття «інноваційно-інвестиційна стратегія» в контексті управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції на основі встановлення казуального зв'язку між інвестиціями, інноваціями, конкурентоспроможністю та ефективністю. Відповідно, інноваційно-інвестиційна стратегія визначена як послідовність процедур, які передбачають залучення та розміщення інвестиційних ресурсів виключно в спрямованих на створення стійких конкурентних переваг інноваційних проектах, що є запорукою підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності.

2. Визначено типологію та характеристики генезису типів конкурентної ситуації на ринках продукції аграрних підприємств на основі методологічного підходу, який передбачає виділення функціонально-відокремлених груп його суб'єктів, визначення рівнів концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності. Запропонований підхід дозволяє врахувати довжину каналу розподілу, обсяги та ціни реалізації продукції, а також виконувати на цій основі оцінку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств. Останнє дало змогу обґрунтувати віднесення ринків основних видів продукції до відповідних категорій за типом конкурентної ситуації, а також констатувати існування у підприємств необхідності використання інфраструктурних інструментів підтримання ритмічності фінансування аграрного виробництва для підвищення його ефективності та наявності залежності між рівнем розвитку об'єктового ринку та типом конкурентної ситуації на ньому та конкурентним потенціалом його суб'єктів.

3. Виконана ідентифікація напрямів імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств. Встановлено, що основними орієнтирами інноваційно-інвестиційної діяльності є нарощування економічного потенціалу для створення стійких конкурентних переваг, зрушення в організації комерційної та маркетингово-збутової діяльності, орієнтовані на продаж продукції за більш високими цінами, а також впровадження інновацій, орієнтованих на зниження виробничих витрат та підвищення якості продукції аж до створення «нішевих» її видів. Відповідно, окреслені основні процедури досягнення вказаних орієнтирів шляхом застосування послідовностей управлінських рішень в менеджменті аграрних підприємств.

РОЗДІЛ 2.
МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
В РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Ідентифікація потенціалу конкурентоспроможності в структурі економічного потенціалу аграрного підприємства

Сукупність реальних та потенційних можливостей підприємства (його внутрішнього і зовнішнього середовища) створювати та реалізовувати конкурентні переваги на визначеному цільовому ринку визначають потенціал його конкурентоспроможності. При цьому стійкі конкурентні переваги підприємства формуються в результаті мобілізації компонентів його економічного потенціалу, який є систематизованим комплексом наявних та потенційних можливостей та спроможностей щодо реалізації основної діяльності підприємства в довгостроковій перспективі. В ході дослідження було встановлене співвідношення економічного потенціалу та потенціалу конкурентоспроможності та визначено місце та роль останнього в загальній структурі потенціалу аграрного підприємства. Так, базисом всіх видів потенціалу підприємства є ресурсний потенціал, а виробничий потенціал разом з комерційно-збутовими можливостями та спроможностями підприємства формує його економічний потенціал. Останній, в свою чергу, визначає формування потенціалів конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства, ефективна реалізація яких, відповідно, призведе до нарощування економічного потенціалу підприємства. Ідентифікація таких рівнозначних та взаємозалежних зав'язків дозволила обґрунтувати архітектуру потенціалу сільськогосподарського

підприємства (рис. 2.1).

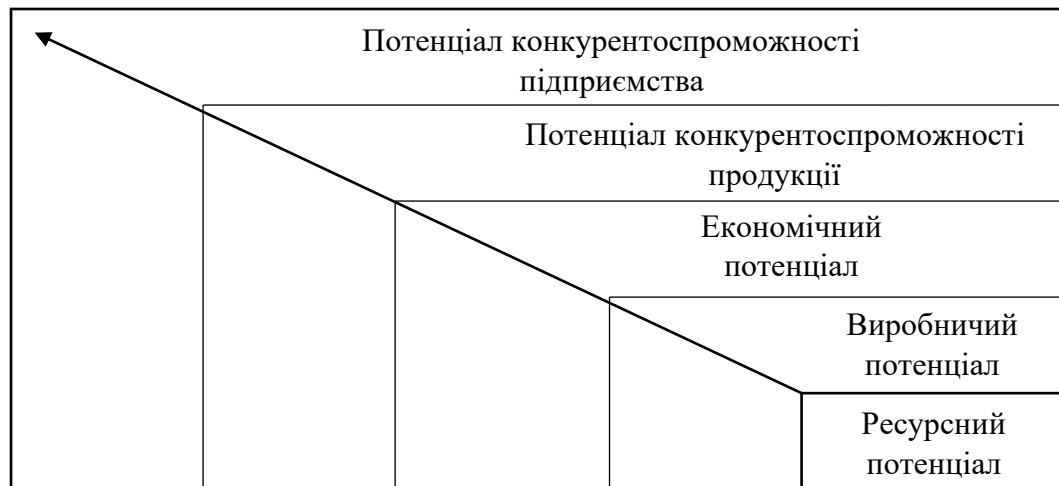


Рис. 2.1. Ідентифікація співвідношення потенціалу конкурентоспроможності та економічного потенціалу (архітектура потенціалу сільськогосподарського підприємства?)

Розуміння співвідношення економічного потенціалу підприємства та потенціалу його конкурентоспроможності дозволило визначити методологію та інструментарій впливу на їх формування та розвиток в ході управління конкурентоспроможністю, яке базується фактично на функціональному, інструментальному та процесному підходах. При цьому дані підходи різняться ідентифікацією об'єкта управління та процедурними аспектами.

Конкурентна ситуація на аграрному ринку формується в результаті взаємодії таких суперечливих чинників, як відносна свобода впливу ринкових сил на економічні взаємовідносини між його суб'єктами та суттєве державне регулювання процесів, що відбуваються в аграрній сфері. Зазвичай, державна політика провідних країн світу, спрямована на стимулювання конкурентних відносин в аграрній сфері реалізується шляхом фінансування агропромислового виробництва та проявляється в наступному:

– сприянні побудові систем збуту сільськогосподарської продукції, у тому числі за кошти іноземних інвесторів;

- налагодженні пільгового податкового режиму для невеликих товаровиробників та їх інтеграційних об'єднань;
- сприянні налагодженню інтеграційної взаємодії між виробниками сільськогосподарської сировини та суб'єктами економічних відносин інших галузей;
- обмеженні монополізації аграрного ринку;
- всебічному сприянні побудові та розвитку інфраструктури аграрного ринку;
- провадженні політики протекціонізму щодо внутрішнього продовольчого ринку.

Наразі не можна говорити про потужну державну підтримку аграрного ринку України за визначеними напрямками, однак необхідність вивчення та врахування ефективно діючих у світі принципів та методів є беззаперечною. При формуванні пакету пропозицій щодо побудови ефективної системи заходів, спрямованих на стимуляцію конкуренції на аграрному ринку шляхом державного регулювання, слід виходити з особливостей функціонування ринку та детермінант обґрунтованої необхідності застосування саме таких заходів.

Особлива природа сільськогосподарського виробництва поряд з іншими чинниками визначають необхідність державного регулювання аграрного ринку країни та конкурентних процесів на ньому. Аналогічним чином, необхідність формування спільної сільськогосподарської політики, відмічена в II розділі «Сільське господарство» Договору про заснування Європейського економічного співтовариства [6], в якому ринок сільськогосподарської продукції підлягає спільній організації (як і ринки військової техніки, вугілля та сталі) як такий, що не входить до сфери дії положень про свободу руху товарів в Європі.

Метою державного регулювання є розвиток сприятливого конкурентного середовища. Досліджуючи правові засади економічної конкуренції, зокрема, в країнах Європейського Союзу, О. Юдіцький зазначає,

що роль держави полягає в забезпеченні умов для функціонування конкурентного середовища, захисті економічної конкуренції та притягненні винних у порушенні її правил до відповідальності. Такі функції держава реалізує через уповноважені органи на основі чіткого нормативно-правового забезпечення [7]. Тому створення правового поля функціонування аграрного ринку вимагає чіткого розуміння релевантного стану взаємодії його учасників та тенденцій її розвитку. Це стосується також і здійснення фінансових впливів, які можуть як стимулювати конкуренцію на ринку, так і спотворити її.

Наразі дослідники [2, 3] відмічають функціонування різних типів товарних ринків, що пов'язані з сільськогосподарськими відносинами. Передусім відзначають ринок сільськогосподарської сировини, на якому продавцями є товаровиробники (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства, які реалізують продукцію особисто чи через інтеграційні утворення), а покупцями – переробні, заготівельні та посередницькі структури. Іншим товарним ринком є ринок продуктів харчування, на якому пропозиція представлена переробниками та посередниками, а попит – представниками оптової та роздрібною торгівлі. Ще один ринок, дотичний до сільськогосподарських відносин – це ринок матеріально-технічних ресурсів, продавцями на якому виступають промислові підприємства-виробники таких ресурсів, а покупцями є виробники сільськогосподарської сировини, переробні підприємства та оптово-торгівельні підприємства.

Взаємодія визначених типів ринків в сфері агропромислових відносин представлена на рис. 2.2. За даними офіційної статистики станом на кінець 2017 року загальний обсяг внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції оцінюється у розмірі 371 189 млн. грн., а обсяг ринку сільськогосподарської сировини 239 467 млн. грн., тобто 65 %. Обсяг ринку спожитих ресурсів дорівнює 214 804 млн. грн. Для порівняння, в товарному еквіваленті обсяг ринку сільськогосподарської продукції за останні 10 та 15 років збільшився на 37,4 % та 63,9 % відповідно.

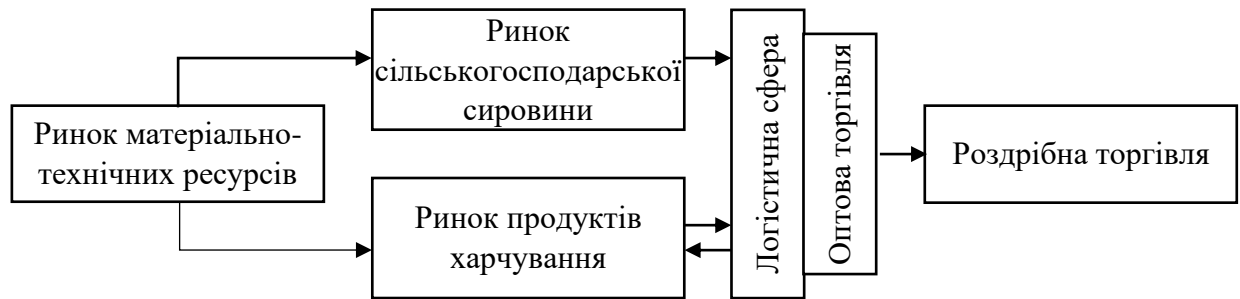


Рис. 2.2. Структурна схема взаємодії аграрних ринків

При цьому кількість суб'єктів економічних відносин, які формують даний ринок зменшилась з 57858 учасників ринку у 2006 році до 45379 у 2017 році. Тобто, на сьогоднішній день, спостерігається тенденція вибуття операторів ринку сільськогосподарських товарів або їх інтеграції з метою гармонізації систем управління виробничо-збутовою діяльністю, які не здатні ефективно пристосовуватися до кон'юнктурних умов ведення конкурентної боротьби.

Відносно складні взаємовідносини, що сформувались в системі аграрних ринків, обумовили проблему забезпечення ефективної економічної діяльності досліджуваних суб'єктів ринку аграрної продукції. Така складність пов'язана з дією наступних факторів:

- суттєвими ціновими диспропорціям, пов'язаними з сезонністю виробництва сільськогосподарської продукції та, відповідно, особливостями формування попиту на сезонну продукцію;
- недостатнім рівнем розвитку інфраструктури аграрного ринку, що спричиняє диспаритет реалізації економічних інтересів деяких ринкових суб'єктів;
- відносно низьким ступенем платоспроможності вітчизняних покупців, що є вагомим обмежуючим чинником в процесі впровадження техніко-технологічних змін, навіть в умовах досить еластичного попиту на продукти переробки сільськогосподарської сировини;
- багаторівневістю та складністю структури зовнішнього середовища.

Наразі вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники не впливають на конкурентну ситуацію на ринку аграрної продукції. На думку Ю. Ульянченка це є демотивуючим фактором, що гальмує процеси удосконалення виробництва та розвитку підприємств, особливо в жорстких умовах галузевої конкуренції, де суттєвий тиск справляють постачальники матеріально-технічних ресурсів та покупці [4].

Слід також відзначити той факт, що певні структурні зміни в імпортно-експортних операціях на ринку сільськогосподарської продукції, зумовлені вступом України до СОТ у 2008 р. та спрямовані на відкриття та освоєння нових ринків супроводжувались скороченням державної фінансової підтримки (відповідно до ст. 4 «Доступ до ринку» частини III Угоди про сільське господарство [8]), що негативно позначалось на результатах діяльності певної групи сільськогосподарських товаровиробників. Таким прикладом є імпортована продукція тваринництва, яка завдяки використанню інтенсивних технологій в процесі її виробництва на певний період витіснила з внутрішнього ринку аналогічну вітчизняну продукцію, що в підсумку, призвело до збитковості вітчизняної галузі тваринництва та зникнення таких підприємств або переорієнтації їх виключно на рослинництво.

Поряд з цим, приєднання України до Угоди про застосування санітарних та фітосанітарних заходів [9], що мало на меті впровадження міжнародних стандартів якості в процес виробництва сільськогосподарської продукції, спричинило реструктуризацію збиткових підприємств, що відбувалась переважно шляхом злиття та поглинання дрібних та середніх господарюючих суб'єктів, чуттєвих до постійних змін зовнішнього середовища. В таких умовах можливе виникнення негативних соціальних наслідків можна упередити перерозподілом коштів державної підтримки на користь орієнтованих на розвиток сільської місцевості та підтримку сільського населення заходів «зеленої скриньки».

Однак, з огляду на неоднорідність ринкового середовища функціонування комерційних структур, вплив важелів державного

регулювання на учасників того чи іншого товарного ринку не буде мати одночасного однакового ефекту. Тому логічним буде припущення про можливість ескалації конфлікту інтересів певних сторін. Так, загострення протиріч можливе між державою та ринковими операторами в контексті завоювання ринкової влади як найпотужнішої конкурентної переваги. Проблему соціального тиску, що активізувався в останній час в контексті сприяння енергозбереженню в процесі сільськогосподарського виробництва та реалізації екологічного контролю, можливо ефективно вирішити налагодженням ринкових механізмів.

Стала двадцятирічна тенденція до збільшення питомої ваги виробників сільськогосподарської сировини в реалізаційних цінах на виготовлену продукцію з доданою вартістю є свідченням докорінних змін в характері конкуренції на ринку продовольчих товарів України. Традиційне розуміння економічної сутності перерозподілу товарів в агропродовольчому ланцюзі визначало головними користувачами природних ресурсів підприємств-виробників сировини. Формуючи обсяги ринкової пропозиції сільськогосподарської сировини для подальшої її переробки та забезпечуючи організацію роботи агропромислового сектора економіки, саме сільськогосподарські товаровиробники виконували роль прямого індикатора продуктивності використовуваних національних природних ресурсів (рис. 2.3).

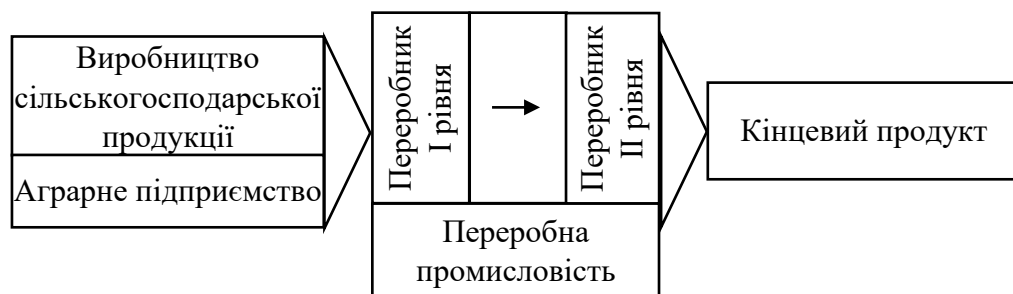


Рис. 2.3. Орієнтований на постачання агропродовольчий ланцюг

Поступово посилювалась економічна роль інших учасників агропродовольчого ланцюга: операторів переробного процесу (передусім,

харчової промисловості) та процесу обігу (посередницько-збутові структури). Частка споживчих витрат, акумульованих посередницькими та переробними підприємствами, визначає їх позицію на визначеному ринку у порівнянні з контрагентами (рис. 2.4).

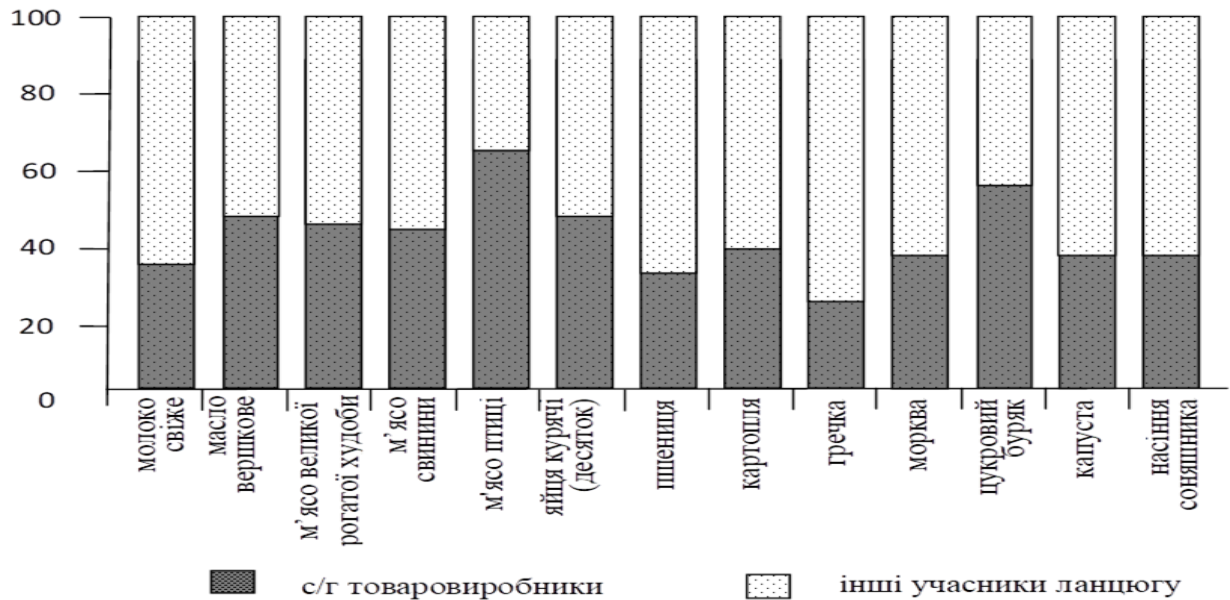


Рис. 2.4. Частка виробників сільськогосподарської сировини в кінцевій ціні реалізації у 2020 році

Таблиця 4.1

Рівень втрат сільськогосподарської продукції вздовж ланцюга постачання, %*

Продукція	Виробник	Виробництво	Зберігання	Обробка та пакування	Дистрибуція	Споживання
Зернові	Великий	2.5-5	0,5-1,25	-	-	-
	Середній	10-40	5-10	5-10	4-10	5-15
Картопля	Великий	20	5-10	2-5	2-7	5-10
	Середній	10	20-30	5	5-10	10-20
Плоди та овочі	Великий	10	10-20	5	5	5-10
	Середній	5-10	30-40	5	10-20	5-10
М'ясо	Великий	10-15	15-22	1-5	5-10	5
	Середній	5-10	0-5	5-15	10-20	5
Молоко	Великий	10-30	-	3-15	8-11	5-10
	Середній	15-35	-	15-30	10-20	10-15

Варто зауважити, що до споживчих витрат зазначених підприємств включені також витрати на маркетинг, який при досягненні відповідним

підприємством домінуючої ринкової позиції здатний забезпечити мультиплікативну дію в процесі встановлення доданої вартості на продукти переробки сільськогосподарської сировини.

Таким чином, виробники сільськогосподарської сировини, захищені спеціальним інструментарієм економічної політики, функціонують на відносно статичних ринках. В той же час підприємствам-переробникам цієї сировини, яким економічно вигідно зайняти моносонічну позицію щодо постачальників та монополістичну щодо безпосередніх покупців, знаходяться в стані постійного пошуку чи утримання кращої ринкової позиції для себе.

Регуляторна політика держави, спрямована на підтримку сільськогосподарських товаровиробників, також справляє вплив на функціонування всіх учасників агропромислового ланцюга, зокрема й підприємств харчової промисловості, які виконують вирішальну роль в процесі ціноутворення. Тому варто розуміти, що наслідками державної аграрної політики, спрямованої на підтримку галузей сільськогосподарського виробництва, є вплив не лише на їх конкурентні позиції, а й на відносну конкурентоспроможність харчової промисловості країни на зовнішніх ринках.

Розвиток сільськогосподарської галузі та світових ринків агропродовольчої продукції поряд зі структурними трансформаційними змінами дозволили визначити споживчий попит як базовий чинник побудови функціональної архітектури агропродовольчого ланцюга (рис. 2.5).

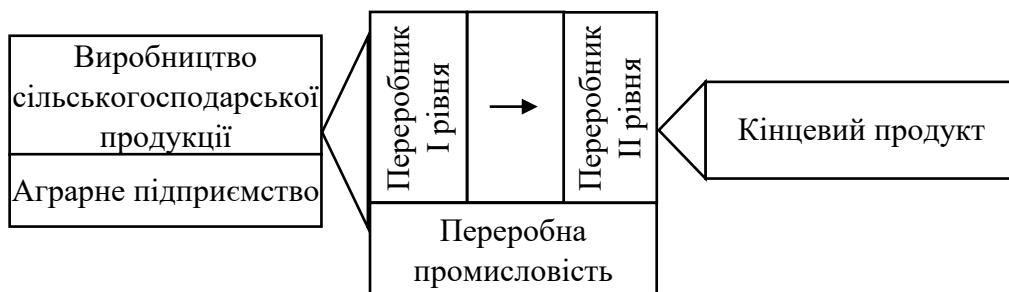


Рис. 2.5. Орієнтований на попит агропродовольчий ланцюг

З огляду на це, орієнтири державної аграрної політики були зміщені з необхідності регулювання конкурентних відносин в бік супроводження та

адаптації трансформаційних процесів.

Таким чином, зменшується необхідність державного регулювання в процесі реалізації агропродовольчого ланцюга. Перспективної вагомості набувають такі економічні та конкурентні чинники як розмір і масштаб виробництва, ефективна організація управління, контролю та фінансування операційної діяльності сільськогосподарських підприємств та системи агробізнесу, структура товарних ринків, наявність злагодженої інфраструктури аграрного ринку тощо. В таких умовах переробники змушені консолідуватись, тобто кількість відповідних ринкових операторів зменшується, а рівень їх концентрації – зростає.

Підприємства харчової промисловості справляють вплив на ринковий попит, забезпечуючи певний рівень якості продуктів, їх доступність та визначаючи певною мірою цінову політику, «представляючи» у відносинах з підприємствами-виробниками сировини роль споживачів. В результаті відбувається перерозподіл доходів безпосередніх виробників сировини на користь інших операторів агропромислового ланцюга «несільськогосподарського» напряму виробництва – посередників та переробників, що загострює конфлікт між системою державного регулювання та об'єктивними проявами ринкових сил.

Результати впливу такої протидії на розвиток харчової промисловості та показники її продуктивності можуть бути різними в залежності від сфери реалізації інтересів, виробничого напряму тощо. Прикладом можу слугувати різниця між економічними результатами виробництва сировини та продукції з доданою вартістю, що матеріально може бути представлено питомою вагою витрат, понесених виробником на виробництво сировини, в загальній собівартості продукції з доданою вартістю. Аналіз проводився для обраного асортименту продуктів харчування в українській харчовій промисловості, згідно даних за 2017 рік (рис. 2.6).

Взагалі, сировинний та переробний етапи виробництва продуктів харчування різняться наступними характеристиками:

– сировинний етап: недиференційована (з огляду на природне походження) вироблена продукція, низька додана вартість; неможливість справляти вплив на цінову політику (прайс-тейкер), суттєвий регуляторний вплив, ринкову поведінку диктує пропозиція.

– переробний етап: диференційована фірмова продукція; порівняно висока додана вартість; можливість встановлювати ціни (прайс-сеттер), суттєвий ринковий вплив, ринкова поведінка визначається попитом.

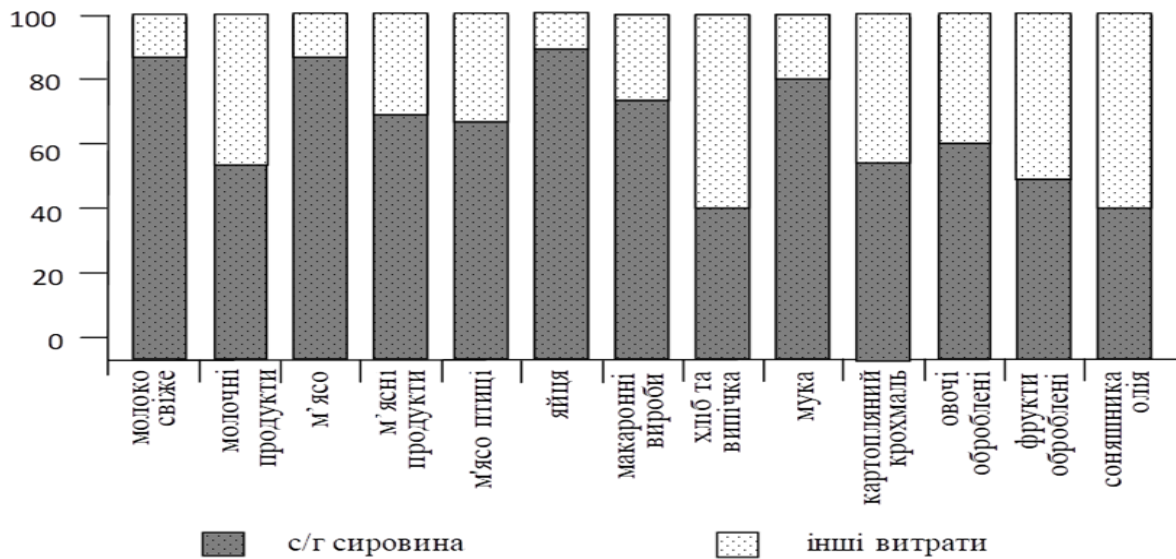


Рис. 2.6. Частка витрат на виробництво сільськогосподарської сировини в собівартості кінцевого продукту

Розглядаючи заходи регуляторної аграрної політики в аспекті створення умов для ефективного розподілу ресурсів, можна відзначити їх певні перешкоджаючі прояви щодо функціонування бізнес-середовища на засадах вільного ринку. Так, наприклад, неефективний розподіл може бути спричинений регулюванням ринкової взаємодії шляхом стимулювання умов збуту продукції, та проявляться у відхиленні цін реалізації від граничних витрат.

Очікування позитивного ефекту від заходів аграрної політики держави не завжди справджуються на практиці. Так, певний тимчасовий захист товаровиробників від жорстких конкурентних умов може стати гальмуючим чинником в адекватному сприйнятті ринкового середовища та відповідному

реагуванні на його зміни, що може спричинити динамічну неефективність з усіма її наслідками: зниженням продуктивності праці, якості управління та темпів впровадження інноваційних технологій. В той же час, в країнах, де досвід урядових реформ в сфері аграрної політики був успішним, відмічене одночасне зростання ефективності в перерозподілі національних благ та стала тенденція підвищення соціального добробуту населення.

Теоретичною основою для дослідження проявів ринкових сил в межах ринку сільськогосподарської сировини доцільно прийняти його монопсонічну побудову, за якої на ринку присутній один покупець та значна кількість конкурентних продавців. На рис.2.7 представлена дія сил попиту (D) та пропозиції (S) в конкурентних умовах. У випадку олігопсонії ефективність учасників ринкової взаємодії в залежності від проявів ринкових сил описується аналогічно.

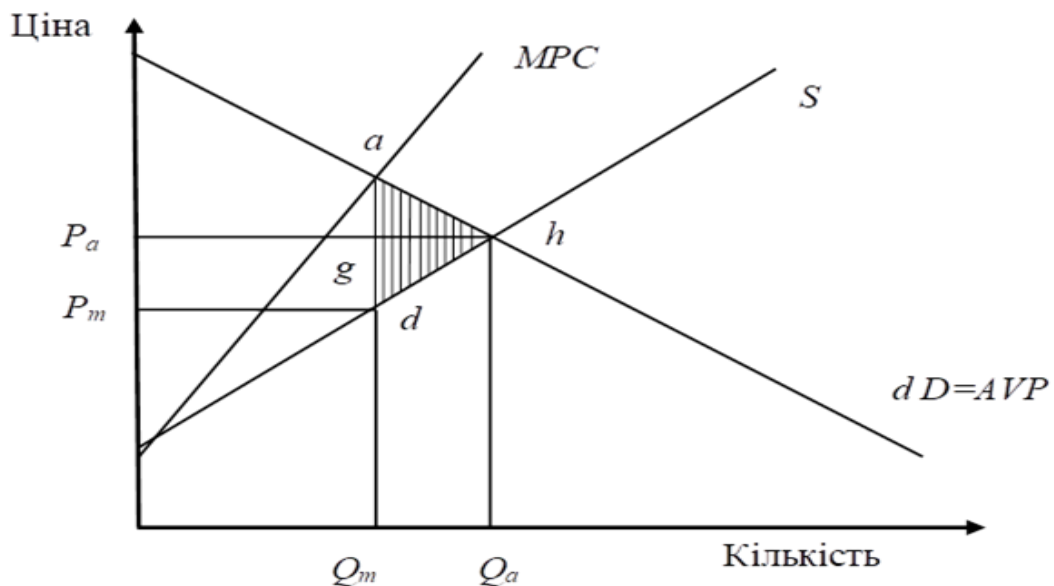


Рис. 2.7. Втрата економічних благ при монопсонії

Як видно з графіку, за умов монопсонічного ринку вплив попиту на формування ціни проявляється в наступному: зростання обсягів закупівель стимулюють збільшення обсягів виробництва, що характеризується висхідною кривою пропозиції (S). Однак, собівартість одиниці виробленої

продукції зростає та призводить до ситуації, коли вартість кожної додатково виробленої маргінальної одиниці перевищує середню вартість, тому графічне відображення вартості маргінального продукту (крива MPC) знаходиться вище кривої пропозиції (S).

Якщо покупець, який на моносонічному ринку є прайс-тейкером, здійснює подальшу реалізацію продукції на конкурентному ринку (будучи наприклад, переробним підприємством першого етапу агропромислового ланцюга), то його гранична корисність буде встановлена в точці перетину кривих попиту (dD) та вартості маргінального продукту (MPC), що визначить рівноважну ціну P_m за умови реалізації кількості продукції Q_m . За таких обставин затінений трикутник adh є графічним відображенням збитку суспільному добробуту.

Приймаючи рішення про поставку на ринок закупівельної партії, меншої за обсягом, ніж точка рівноваги, моносоніст усвідомлює необхідність зниження рівня використання ресурсів, що в аспекті розподілу економічних благ справить негативний вплив на суспільний добробут. Відповідним чином відбудеться зниження ціни на сировину, що забезпечить збитковість її продавцям на наступних етапах ланцюга. А ситуація, за якої моносоніст на наступній стадії агропродовольчого ланцюга отримує монополістичне становище, для суспільного добробуту є взагалі критично збитковою, адже до збитку, зумовленого домінуючою позицією покупця, додається збиток, зумовлений його наступною монополістичною позицією [2].

Конкуренція є необхідною і найважливішою складовою ринкового механізму господарювання. Вона забезпечує взаємодію, взаємозв'язок і суперництво між суб'єктами господарювання, що функціонують на ринку, стимулює їх до впровадження інновацій з метою забезпечення кращих умов збуту своєї продукції та отримання максимального прибутку. Відсутність конкуренції провокує інертну поведінку ринкових суб'єктів та зловживання механізмами ціноутворення.

Сьогоднішня ситуація на ринку агропромислової продукції свідчить про

зміщення частки доходів від реалізації кінцевого продукту від виробників сировини до структур монополістичного (монопсонічного) характеру чи близьких до них. В результаті зменшення частки доходів у підприємств-виробників сільськогосподарської сировини призвело до зниження рівня окупності їх витрат та рівня капіталізації в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь.

Процес дослідження інтенсивності конкуренції передбачає, зазвичай, застосування декількох методів її оцінювання. В ході емпіричних досліджень найбільш використовуваними є показники концентрації ринку чи маржі прибутку, що визначає ринкову силу, які є досить простими при підрахунках. Однак вони не спроможні точно визначити конкуренцію, з огляду на те, що не враховують такі динамічні її аспекти, як роль наступних учасників ланцюга та наслідки відповідних ефектів.

Посилення концентрації на продовольчих ринках спричиняє аналогічні процеси практично в усіх галузях світової економіки. Зокрема, збільшення концентрації на продовольчих роздрібних ринках зумовлює необхідність взаємодії постачальників такої продукції (переробних підприємств) з метою задоволення сформованого попиту.

Хоча наслідки консолідації зусиль підприємств можуть бути різними. Так, участь в вертикально-інтегрованих об'єднаннях здатна забезпечити стабільний прибуток їх учасникам. Однак, гарантуючи учасникам-виробникам стабільні ринки збуту виробленої продукції за договірною ціною, вертикально-інтеграційні утворення перешкоджають тим самим вільному розвитку конкурентних сил на визначених ринках, замінюючи економічну суть конкурентоспроможних ринків, що є безумовно негативним проявом в аспекті загальноекономічних тенденцій. Реалізація потенціалу збуту продукції за посередництва таких утворень суттєво пригнітить інтереси інших ринкових операторів та ще більше обмежить їх ринкову владу, що призведе в результаті до зменшення їх економічної ефективності. Тому сільськогосподарським виробникам слід навчитись діяти колективно та ініціативно з метою

убезпечення від подібних ризиків.

Нерозвинуті конкурентні відносини, що визначають відсутність конкурентного середовища, на думку О. Шпичака, призводять до диспаритету обміну між сільськогосподарською галуззю та іншими суміжними галузями [10]. Такий диспаритет обміну реалізується у відносинах економічних суб'єктів II та III сфер АПК, а між підприємствами I та II сфер завдяки ефекту монополії проявляється ціновий диспаритет.

Прояви ефектів монопсонії (олігопсонії) на ринках сільськогосподарської сировини та монополії (олігополії) на ринках матеріально-технічних ресурсів сільськогосподарського призначення спричиняють вилучення фінансових ресурсів з галузі сільського господарства: через «ножиці цін» I виду (нееквівалентність цін) та II виду (низька питома вага сільськогосподарських виробників сировини у кінцевих цінах на продовольчі товари).

На основі узагальнення теоретичних надбань та результатів практичного досвіду регуляторної державної політики в аграрній сфері економіки України та інших країн, а також спираючись на рекомендації експертів ОЕСР [5] та враховуючи зобов'язання України щодо скорочення фінансування низки сільськогосподарських напрямів виробництва за рахунок коштів державного бюджету, визначені умовами вступу до СОТ, запропоновано пріоритетні напрями реформування, що забезпечать ефективний розвиток агропромислової сфери національної економіки України (табл. 2.1).

Проведення запропонованих реформ передбачає реалізацію комплексу програм та заходів. Передусім необхідно завершити формування законодавчої бази, чітко визначити повноваження та функції низки державних органів. Результатом таких дій має стати модернізація та зміцнення конкурентного механізму в аграрному секторі економіки країни. Головною метою, яку слід враховувати в процесі побудови та реалізації ефективної моделі державного регулювання агропромислового ринку України взагалі та ринку сільськогосподарської сировини, зокрема, є стимулювання конкуренції. Тому всі активності в рамках здійснюваних програм та заходів мають біти

спрямовані на заохочення конкуренції.

Досягнення позитивних результатів в результаті реформування забезпечить виробникам сільськогосподарської продукції можливості для прогнозування кон'юктурних змін на відповідних ринках та налагодження їх систем стратегічного планування, що сприятиме підвищенню рівня їх гнучкості та адаптивності.

Таблиця 2.1

**Пріоритетні напрями реформування агропромислової сфери
виробництва України**

Напрямок реформ	Зміст реформ
I. Побудова економічного фундаменту аграрної реформи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регламентация форм власності: на землю, майно, працю. 2. Організація виробничих відносин на основі власності. 3. Створення організаційно-правових структур ринкового типу. 4. Формування ринкової інфраструктури.
II. Реалізація ринкових принципів економічного механізму	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регулювання цінового механізму. 2. Сприяння розвитку ефективної фінансової та кредитної систем. 3. Використання стимулюючих заходів податкової політики. 4. Розробка та впровадження сучасних адекватних систем менеджменту.
III. Осучаснення поглядів щодо системи імплементації економічної реформи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Використання ресурсо- та енергоощадних технологій. 2. Інтенсифікація та оптимізація системи матеріально-технічного забезпечення. 3. Кооперація, інтеграція та диверсифікація виробництва. 4. Інформатизація та комп'ютеризація виробництва. 5. Кадрова політика та вирішення соціальних проблем.
IV. Законодавче забезпечення проведення аграрних реформ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прийняття законодавчих актів загального призначення за основними напрямками проведення реформ. 2. Прийняття рамкових законів прямої дії по основних параметрах економічної діяльності.

Дослідження ринкової кон'юнктури, на динаміку якої впливають зміни структури конкурентного ринку та економічної сили його учасників, є важливим етапом при постановці коротко- та довгострокових задач в процесі

стратегічного управління підприємством. Тобто правила гри на обраному ринку визначаються співвідношенням числа підприємств даної галузі та числа покупців в умовах визначеного розподілу економічних сил.

При цьому існування зазначених ринкових умов функціонування сільськогосподарських товаровиробників не гарантує їм забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності з огляду на специфіку сільськогосподарської галузі: залежності від погодно-кліматичних умов, обмеженості природних ресурсів, сезонності виробництва, тривалості виробничих циклів, нестабільності цінової кон'юнктури на цільових ринках тощо. Таким чином, конкурентоспроможність сільськогосподарських товаровиробників характеризується певними особливостями, зумовленими, з одного боку, специфікою сільськогосподарського виробництва як виду економічної діяльності, а з іншого – високим ступенем конкуренції з численними та різноманітними виробниками подібної продукції.

Наразі підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств досягається, переважно, внаслідок залучення ними інвестицій. Однак на сьогодні відчувається такого роду інвестиційний дефіцит, що аналітики пов'язують з відсутністю у сільськогосподарських підприємств чітко визначеної стратегії підвищення їх конкурентоспроможності.

У широкому розумінні конкурентоспроможність підприємства, в т.ч. сільськогосподарського, є результатом реалізації всього спектру його конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами, представленими на внутрішньому та зовнішньому ринках, що виробляють аналогічну продукцію. Таким чином, фактором конкурентоспроможності підприємства може бути будь-який елемент визначеного спектру, зміна якого призведе до посилення чи послаблення рівня конкурентоспроможності. З метою забезпечення керованості системи таких факторів, доцільно визначити їх оптимальну кількість, взаємозв'язки між ними та підпорядкованість, фактори найбільшого впливу, а також призначити відповідальних за цей обсяг роботи.

Отже, визначення та систематизація факторів конкурентоспроможності, виявлення, вибір методики їх оцінювання є одним із напрямків системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства.

Узагальнення досліджень М. Портера дозволило виділити основні фактори впливу на формування та реалізацію систем конкурентоспроможності підприємств, галузей та цілих держав. Зокрема, значну силу впливу має фактор обраної стратегії ведення економічної діяльності господарюючим суб'єктом, яку умовно ділять на три групи, виходячи з масштабів функціонування (рис. 2.8).

Визначення системи факторів конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників базувалось на розумінні того, що останні виступають операторами як товарного ринку, так і інших ринків: праці, ресурсів, капіталу тощо. Такий взаємозв'язок розширює коло зацікавлених осіб у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства від власників підприємств до покупців, постачальників, посередників, найманих працівників, кредиторів та інвесторів

Отже, при визначенні конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників доцільно враховувати чинники як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Ключові чинники внутрішнього середовища спрямовані передусім на зниження витрат виробництва: розмір та масштаб, спеціалізація та концентрація, ефективність використання ресурсів, диверсифікація, показники продуктивності та якості виробленої продукції. Чинниками зовнішнього середовища, що справляють безпосередній вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств є природно-кліматичні умови, стан інфраструктури та комунікацій, рівень платоспроможності населення, цінове регулювання, розвиненість ринку, його сегментованість, а також важелі інституціональної системи (зокрема, державна регуляторна, податкова та фінансова політики).

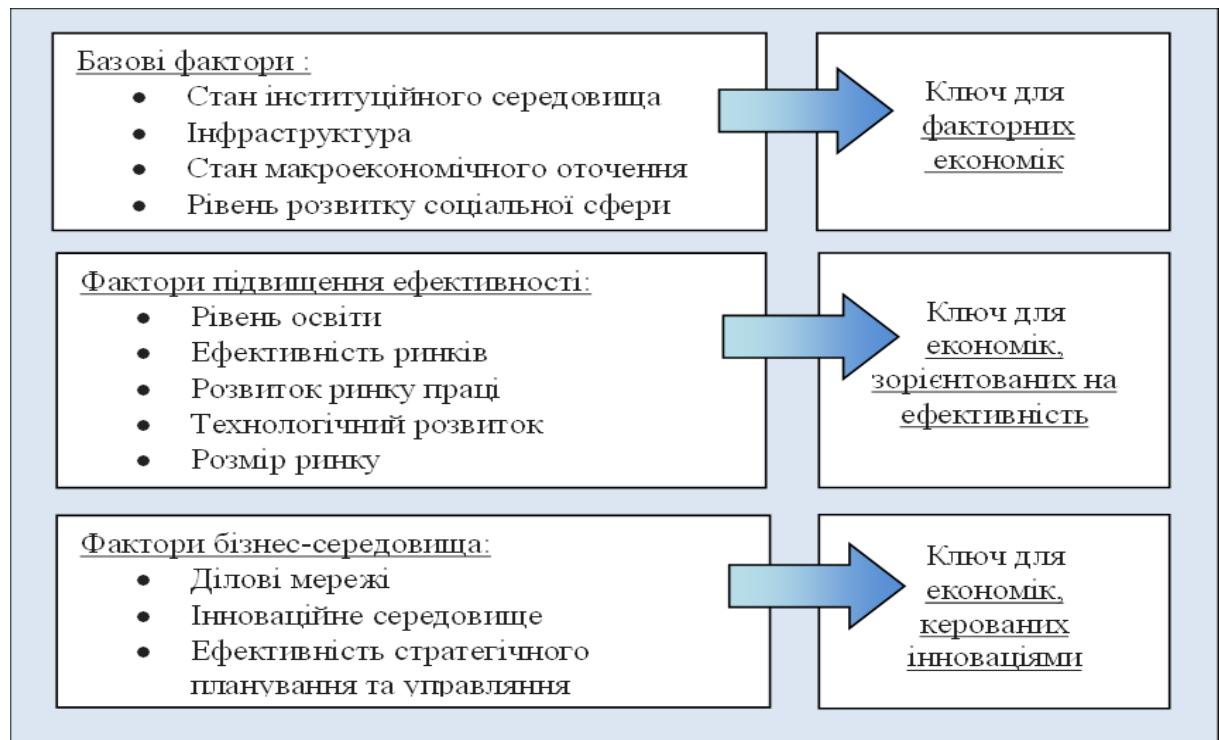


Рис. 2.8. Групи факторів формування конкурентоспроможності різних за масштабом здійснення економічної діяльності суб'єктів

Вибір найбільш ефективного підходу до розробки методики стратегічного управління еволюційним розвитком систем конкурентоспроможності підприємств-виробників сільськогосподарської сировини має базуватись на детальному вивченні умов зовнішнього ринкового середовища та аналізі внутрішнього потенціалу досліджуваних підприємств. В свою чергу, результати оцінювання внутрішнього середовища підприємства та визначення потенціалу його конкурентоспроможності є основою для ідентифікації набору його актуальних конкурентних переваг, що й визначає вибір методів розвитку систем управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників. Застосування такого підходу до визначення системи методів управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства має базуватись на результатах діагностики його фінансово-економічної діяльності та бізнес-привабливості. Така діагностика дозволить поряд з формуванням вектору подальшого

еволюційного розвитку здійснювати релевантне оцінювання як конкурентоспроможності продукції підприємства, так і суб'єкта господарювання в цілому. Однак, наразі практичне втілення методики управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських товаровиробників ускладнене низкою об'єктивних та суб'єктивних причин.

Теоретичного узагальнення потребують система факторів і показників, які формують певний рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та методологія оцінки рівня конкурентоспроможності даних підприємств, яка значною мірою забезпечить однорідність проведення досліджень та реалізацію відповідних управлінських процедур. На даному етапі наукові позиції більшості вітчизняних науковців збігаються лише в тому, що оцінка конкурентоспроможності завжди носить характер компаративного аналізу. Також перспективним є теоретичне обґрунтування системи поєднання та узгодження факторів та параметрів конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств з методичним інструментарієм, спрямованим на досягнення її бажаного рівня, що дозволить гармонізувати вже існуючі теоретико-методологічні надбання науковців в питаннях ідентифікації та специфікації сутнісних атрибутів, архітектури та архітектоніки організаційно-економічного механізму селекції стратегій конкурентоспроможної поведінки виробників сільськогосподарської продукції, які прагнуть посилення своїх конкурентних позицій в середньо- та довгострокових періодах.

2.2. Функціональні, інструментальні та процесні концепції управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності

В ході дослідження на основі встановленого співвідношення між економічним потенціалом сільськогосподарського підприємства та його потенціалом конкурентоспроможності ідентифіковано методику та інструментарій впливу на формування та еволюцію зазначених потенціалів в

процесі управління конкурентоспроможністю, а також окреслено базові засади застосування таких методів та інструментів. Також встановлено, що функціональний, інструментальний та процесний підходи, на які спираються в процесі управління потенціалом конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників, дещо різняться в аспектах визначення об'єкта управління та відповідними процедурними аспектами.

Базуючись на функціональному підході, потенціал конкурентоспроможності підприємства як об'єкт управління є похідною економічного потенціалу підприємства і саме посилення останнього зумовлює зростання конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому. Таким чином джерела набуття конкурентних переваг напряму пов'язані зі зростанням вартості бізнесу, нарощуванням ресурсної бази підприємства тощо. Відповідним чином, застосування даного підходу концентрує управлінські функції на нарощуванні саме економічного потенціалу як базису формування потенціалу конкурентоспроможності підприємства, а формування та реалізація конкурентних переваг сприймаються як очевидний наслідок створення та використання відповідної матеріально-технічної бази, технологій виробництва та збуту. Відповідно до цього здійснюється побудова організаційної структури управління підприємством та розподіл функцій між її складовими.

Відповідно до засад інструментального підходу об'єктом управління є потенціал конкурентоспроможності підприємства та економічний потенціал, що органічно поєднані один з одним, і реалізація потенціалу конкурентоспроможності підприємства визначається створенням та реалізацією конкурентних переваг в процесі його маркетингово-збутової діяльності. В межах такого підходу менеджмент підприємства спрямовує зусилля на визначення напрямів створення нових чи посилення існуючих конкурентних переваг, тобто на їх генерування на інноваційній основі шляхом залучення інноваційно орієнтованого інструментарію інвестиційної діяльності. Таким чином відпадає необхідність пропорційного нарощування

економічного потенціалу для полегшення та прискорення створення та реалізації конкурентних переваг підприємства.

Застосування процесного підходу дозволяє враховувати динамічність ринкового середовища, в умовах якого формуються моментальні та сталі характеристики конкурентних переваг, та визначити пріоритетну значимість економічного потенціалу підприємства чи потенціалу його конкурентоспроможності. Тобто напрям спрямування зусиль менеджменту визначається етапом життєвого циклу підприємства чи виду продукції та стадією виробничо-комерційного циклу: впровадження інновацій з метою створення конкурентних переваг чи спрямування інвестицій в збільшення економічного потенціалу з метою стабілізації наявних конкурентних переваг та стійкості підприємства в цілому.

Аналіз зазначених підходів до управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства показав, що кожен з них містить як переваги, так і недоліки, продуктивні та свого роду інгібаторні складові. В свою чергу, поєднання продуктивних компонент та елементів функціонального, інструментального та процесного підходів в їх діалектичній єдності та спрямованості впливу на спільний об'єкт управління дозволило обґрунтувати цілісну концепцію управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств. В основі вказаної концепції лежить сприйняття об'єкту управління, як цілісної та дуальної сукупності можливостей економічного зростання на основі генерування та імплементації конкурентних переваг за рахунок використання інноваційних та інвестиційних інструментів, залучення яких є орієнтованим на стабілізацію розвитку підприємства.

Особливості здійснення виробничої діяльності вітчизняних аграрних підприємств актуалізували питання забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в умовах сучасних об'єктових ринків. Складність даного напрямку дослідження обумовлена, зокрема, виникненням проблем як комерційного, так і виробничого характеру в ході побудови стратегії здійснення ефективної та

конкурентоспроможної виробничо-господарської діяльності цих підприємств. Тому важливим завданням проведення дослідження є узагальнення існуючих теоретичних напрацювань, виокремлення та пристосування ключових компонентів для побудови комплексної стратегії.

Виділяють блок стратегій формування конкурентних переваг (стратегії контролю над витратами, стратегії диференціації та стратегії фокусування), блок стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємств (товарно-ринкова й ресурсно-ринкова стратегії, технологічна стратегія, соціальна стратегія, фінансово-інвестиційні стратегії, організаційна та управлінська стратегії тощо), блок стратегій конкурентної поведінки підприємств на обраних цільових ринках (наступальні, оборонні та коопераційні стратегії). Однак, ми вважаємо, що галузева специфіка діяльності сільськогосподарських підприємств унеможливорює їх комплексне пристосування.

Відповідно до теоретичних положень система конкурентних стратегій підприємства має базуватись на стратегіях формування конкурентних переваг, стратегіях забезпечення конкурентоспроможності підприємства та стратегіях конкурентної поведінки підприємства. Однак особливі умови діяльності сільськогосподарських підприємств, що зумовлені дією організаційних, управлінських та економічних чинників, унеможливають швидке та повне впровадження даних стратегій

З точки зору організаційних чинників першочергового значення набуває стратегія підприємства, спрямована на забезпечення якнайповнішого використання наявних у нього виробничих потужностей. З огляду на той факт, що техніко-технологічна база сільськогосподарського підприємства створюється роками, його швидке переоснащення не може бути чинником швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища. Тобто, з огляду на неможливість швидкого оновлення чи застосування в короткостроковому періоді, такі стратегії формування конкурентних переваг як диференціації чи забезпечення конкурентоспроможності підприємства як товарно-ринкова, ресурсно-ринкова та технологічна є недієвими для сільськогосподарських

товаровиробників. Варто відзначити, що основним фактором, що справляє вплив на підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції є час, а отже, головним їх завданням є швидке реагування на зміни ринкового середовища.

Процеси глобалізації та інтеграції сприяють як доступу іноземних компаній на українські ринки аграрної продукції, так і проникненню українських господарюючих суб'єктів на ринки інших, зокрема азіатських та європейських, країн, досвід ведення конкурентної боротьби на яких значно інший. В країнах з глибоким досвідом ринкових відносин відпрацьовано певні моделі, стратегії, способи поведінки, які ціннісно і ментально відрізняються від українських, що ускладнює конкурентну боротьбу останнім.

Очевидно, що пристосування до «правил гри» на іноземних ринках, а також копіювання їх і адаптація до українських реалій, може сприяти певному зростанню конкурентоспроможності підприємств, однак не забезпечить їм першості. Для цього слід реалізувати власні напрацювання, здатні враховувати динамічні зміни зовнішнього середовища.

Одним із аспектів даної проблеми, висвітленої в наукових публікаціях, є теоретико-методологічна обробка окресленого питання. Зокрема, визначено базові поняття стратегічного менеджменту та їх зв'язок [1, с. 823], запропоновано методіку обрання стратегічних альтернатив [2, с. 888]. М. Макаренко розглядає стратегічне управління в якості основного засобу досягнення ефективності діяльності підприємства. Ним проведено систематизацію та аналіз наукових шкіл стратегій [3, с. 32].

Загалом, аналіз теоретичних надбань дозволив виокремити як досить ґрунтовні огляди даної проблеми [4,5], так і авторські пропозиції [6,7], деякі з яких, на нашу думку, потребують більш детального опрацювання [7].

В певній частині наукових публікацій зусилля авторів спрямовані на пошук економічної сутності поняття «стратегія» та визначенню її зав'язків з конкурентоспроможністю підприємства [8]. Узагальнення таких праць дозволило виокремити основні критерії вибору стратегії:

- інтенсивність конкуренції [2,5];
- умови економічного середовища [5];
- конкурентний статус підприємства і динаміка ринкової частки [2,6];
- ступінь розвитку бізнесу і його привабливість [4];
- конкурентноспроможність продукції та привабливість ринку [9];
- орієнтація на загальні стратегії М. Портера [2,4,5,10,11].

Однак, з огляду на нестабільність як вітчизняної, так і світової економіки, вважаємо неефективним спиратись на запропоновані моделі вибору стратегій, адже всі вони є статичними, тобто не спроможними демонструвати зміну критеріїв оцінки в часовому періоді. Тобто застосування таких моделей можливе лише у середовищі, яке залишається незмінним в тривалому періоді часу.

Конкурентна стратегія визначається як напрям або спосіб довгострокової поведінки підприємства в умовах конкуренції задля збереження досягнутого рівня конкурентоспроможності чи його підвищення. При визначенні конкурентної стратегії підприємство має спиратись на дані про досягнутий рівень конкурентоспроможності за певний період. Визначення тенденції зміни конкурентоспроможності й детальний аналіз причин такої зміни дозволить обрати вірну стратегію.

На рис.2.9 приведено матрицю зміни конкурентної здатності в часі, що допоможе підприємству визначити власну позицію на ринку [12].

Припущення у модель:

1. Підприємство не функціонує ізольовано (тобто не перебуває в інформаційному вакуумі) і має змогу відстежувати усі зміни, що відбуваються ззовні, а також прогнозувати їх появу.

2. Підприємство має певний рівень розвитку конкурентного потенціалу (тобто функціонує на ринку певний час і має досвід конкурентної боротьби).

3. Ринок, на якому працює підприємство є динамічним, тобто постійно або час від часу зазнає змін.

4. Невеликі (не дуже суттєві) зміни приймаються за відсутністю змін.

5. Конкретний рівень конкурентної спроможності підприємства формується низкою внутрішніх і зовнішніх чинників, які разом здійснюють на неї антагоністичний або синергічний вплив.

6. Передбачається, що зміни рівнів конкурентоспроможності відбуваються поступово: «сталий рівень» — «помірна зміна» — «сильна зміна».

7. Передбачається, що зміна у рівнях конкурентного потенціалу ініційована зсередини підприємством, а фактори зовнішнього середовища можуть змінюватись незалежно від суб'єкта господарювання.

8. Рівень конкурентоспроможності є інерційним, тобто його реакція на внутрішні і зовнішні зміни відбувається за деякий час (рівень конкурентоспроможності визначається вимірюванням, яке проводиться періодично, відповідно й інформація про зміни стає відомою не одразу).

9. Найбільш бажаним для підприємства є постійне зростання рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, після оцінки конкурентоспроможності підприємство може опинитись в одній з п'яти ситуацій:

1. Рівень конкурентоспроможності стабільний.
2. Рівень конкурентоспроможності спадний.
3. Підприємство стрімко втрачає конкурентні можливості.
4. Рівень конкурентоспроможності помірно зростає.
5. Рівень конкурентоспроможності стрімко зростає.

Застосування представленої матриці дозволить визначити позицію конкретного підприємства на ринку, а також продемонструвати варіанти розвитку подій для підприємства за умови перебування його в межах конкурентного поля.

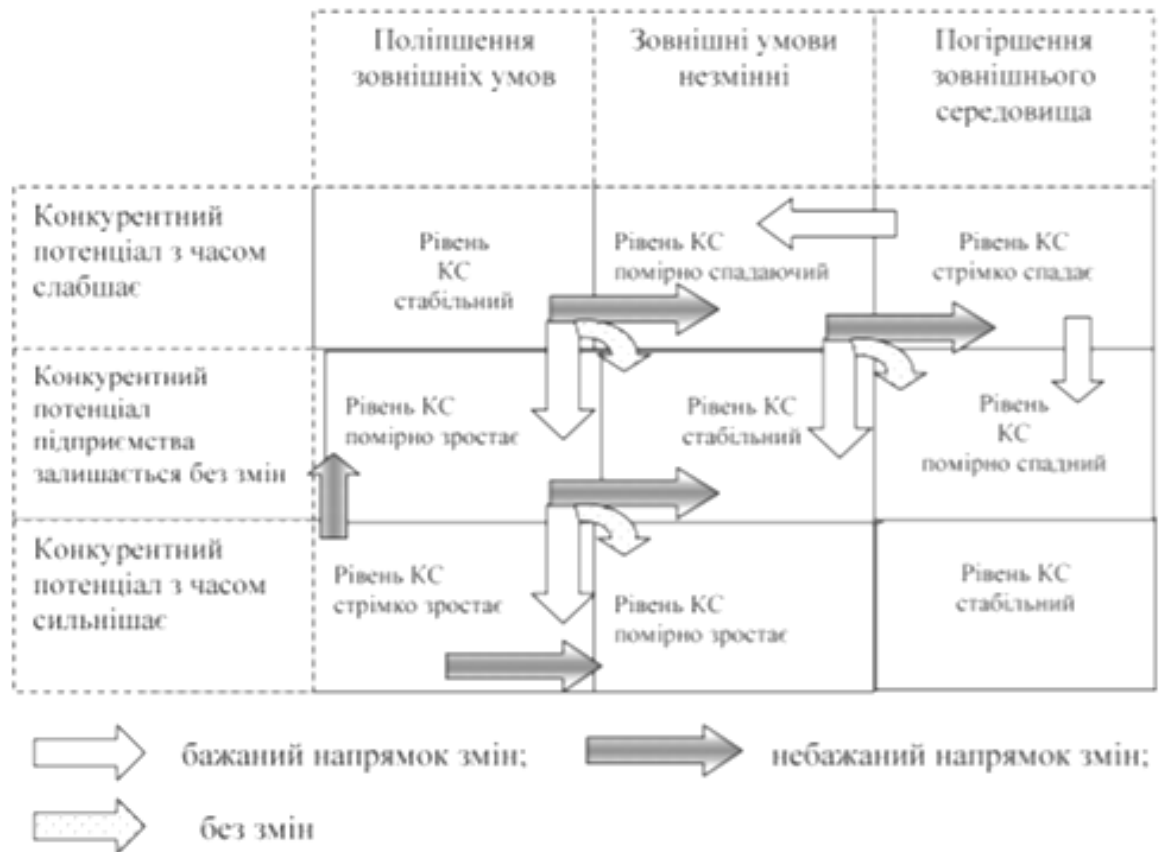


Рис. 2.9. Напрями змін рівнів конкурентоспроможності підприємств

Для кожного випадку зміни умов зовнішнього середовища (поліпшення чи погіршення) чи за незмінних його умов підприємство має три варіанти розвитку ситуації з власним конкурентним потенціалом (ослаблення, посилення чи збереження набутого стану). При настанні критичних ситуацій (стрімке зростання / падіння) підприємство матиме один відповідний варіант – помірне зростання / падіння. Логічним наслідком динамічних змін зовнішнього середовища є певний перехідний період на підприємстві.

При цьому кожна із ситуацій передбачає використання третього шляху – «без змін», тобто збереження набутого стану. На рисунку представлені тільки протилежні шляхи – найгірший і найкращий. При настанні найгіршого стану, за якого рівень конкурентоспроможності підприємства стрімко падає, підприємство має прямувати тільки вперед, адже критична точка найгіршого уже досягнута. В разі стрімкого зростання важливо стабілізувати цей стан

(продемонструвати на рисунку це неможливо, не змінюючи його формат).

Очевидно, що настання будь-якої з описаних ситуацій зумовлене певними причинами, має певні наслідки та вимагає конкретних рекомендацій. Тому проведемо їх детальний аналіз.

Перша ситуація, за якої рівень конкурентоспроможності стабільний можлива за умов змін факторів зовнішнього і внутрішнього середовища в одному напрямі:

- одночасне послаблення власних можливостей підприємства та факторів зовнішнього тиску;
- збереження внутрішніх факторів в існуючому стані при стабільності зовнішнього середовища;
- посилення конкурентних можливостей підприємства, зумовлене сприятливими зовнішніми змінами.

Наслідки таких однонаправлених змін можуть бути наступними:

1) посилення зовнішніх та збереження внутрішніх чинників призведе до поступового зменшення досягнутого рівня конкурентоспроможності підприємством, а згодом призведе до ризику втрати всіх його переваг та виходу з конкурентного ринку;

2) якщо підприємство знайде спосіб сформувані ексклюзивні внутрішні переваги в конкурентній боротьбі (інноваційні технології, ноу-хау тощо), то забезпечить планомірне зростання конкурентного рівня (відразу поступове, а потім – при постійному посиленні внутрішніх можливостей – посилене);

3) якщо наявний конкурентний рівень є достатнім для підприємства, то його свідоме підтримання має відбуватись шляхом спрямування зусиль на зменшення впливу руйнівних проявів зовнішніх факторів.

Ще одним варіантом збереження набутого рівня конкурентоспроможності може бути неспроможність підприємства перемогти вплив чинників зовнішнього середовища. За таких умов підприємство може обрати або стратегію «захисту» для підтримання досягнутого рівня конкурентоспроможності, або «стрибка» - для його зростання.

Стратегія «захисту» передбачає застосування заходів, спрямованих на стримування руйнівної дії зовнішніх факторів та підтримання прийняттого рівня конкурентоспроможності. Ефективна реалізація такої стратегії можлива на етапі «зрілості» підприємства, коли воно тривалий час функціонує на ринку та добре обізнане в ринковій ситуації.

Стратегія «стрибка» націлена на подолання руйнівної дії зовнішніх чинників та передбачає реалізацію заходів, спрямованих на посилення свого потенціалу, зменшення його вразливості внаслідок будь-яких проявів зовнішнього середовища, та забезпечення умов для стабілізації конкурентного потенціалу та подальшого його зростання. Ця стратегія є актуальною для підприємств, що знаходяться на етапі становлення та незадоволені результатами свого розвитку та новачкам з амбітними цілями та незмінним рівнем конкурентоспроможності.

Друга ситуація, за якої рівень конкурентоспроможності має помірну спадну динаміку. Виникнення такої ситуації зумовлене з поступовим послабленням конкурентних можливостей підприємства при практично незмінній дії зовнішніх чинників, що в результаті призводить до неспроможності послабленого конкурентного потенціалу витримувати зростаючий тиск зовнішнього середовища. Тобто конкурентна сила підприємства зменшується в результаті невідповідності його власних можливостей зовнішнім загрозам.

Наслідками таких різноспрямованих дій можуть бути:

1) спрямування підприємством зусиль на посилення конкурентного потенціалу може призвести в залежності від сили зовнішніх впливів або до його руйнації, або (за умови раптових послаблень зовнішніх дій) до стабілізації свого конкурентного рівня;

2) за умови досягнення стабільного стану подальше поступове посилення конкурентного потенціалу дозволить підприємству помірне, а згодом – стрімке зростання;

3) при відмові підприємства вживати будь-яких заходів (чи

недостатньому їх вживанні) в умовах сприятливої дії зовнішніх чинників підприємство матиме змогу на певний час законсервувати своє помірне падіння.

В такій ситуації ефективними можуть бути стратегії «стабілізації», «мобілізації» та «рішучих дій».

Стратегія «стабілізації» зосереджує зусилля на припиненні помірною падіння конкурентоспроможності підприємства та створенні тимчасової стабільності, під час якої підприємство може визначитись з подальшими діями: підтримувати стабільний стан конкурентоспроможності при достатньому його рівні чи застосувати обрану стратегію зростання – при незадовільному.

В ситуації, коли вплив зовнішніх факторів призводить до помірною зменшення конкурентоспроможності підприємства, останньому варто застосувати стратегію «рішучих дій». Умовами її застосування є абсолютна внутрішня стабільність підприємства, що проявляється в злагодженості складових конкурентного потенціалу, та доступність належного фінансування (з урахуванням можливих ризикових маневрів). Така стратегія є актуальною для підприємств, не готових очікувати довгий час сприятливих змін зовнішнього середовища.

Стратегія «мобілізації» є дієвою в ситуації, коли бездіяльність підприємства чи його неадекватна зовнішнім чи внутрішнім умовам політика призвели до падіння конкурентоспроможності. Ця стратегія ефективна при зміні політики підприємства, при стрімких змінах зовнішнього середовища, при необхідності пристосування підприємства до нових умов.

Третя ситуація, в якій відбувається стрімке зменшення конкурентної спроможності підприємства, розвивається в умовах жорсткого антагонізму внутрішніх і зовнішніх чинників. Її причини можуть полягати або в неспроможності підприємства швидко реагувати на стрімку динаміку зовнішніх змін або в ігноруванні ним власного конкурентного стану. Останнє, зокрема, може бути наслідком підприємницького нерозуміння сутності,

значення та необхідності управління конкурентоспроможністю чи зниженням інтересу суб'єкта господарювання до даного цільового ринку, зумовлене наміром покинути ринок взагалі або освоїти новий ринок.

Як стає зрозумілим з рисунку, це є найгірша з можливих ситуацій і виходів з неї може бути два: вихід з ринку або свідома спроба поступового переходу від спадного стану конкурентного потенціалу до його нарощування. При бажанні утримати ринок менеджмент підприємства має сконцентрувати зусилля на застосуванні стратегії «мобілізації» або «змін». Остання реалізується повним або частковим обходженням попередньо діючих законів та застосуванням нових для підприємства.

Стратегія «мобілізації» спрямована на забезпечення виживання підприємства на ринку та є ефективною для підприємств, що знаходяться на межі банкрутства. В той же час для підприємств, які ще утримують ситуацію, однак невважені кроки яких можуть призвести до руйнування бізнесу, ефективною може бути стратегія «змін», яка спрямована на детальне вивчення та виправлення ситуації.

В четвертій ситуації спостерігається помірне зростання рівня конкурентоспроможності внаслідок збалансованості внутрішніх складових підприємства, що дозволяє йому адекватно реагувати на зміни зовнішніх чинників, або сприятливого середовища. Ситуація може бути спричинена:

- суттєвим зменшенням зовнішніх впливів, зумовлених регуляторною державною політикою чи вибуттям з ринку ключового конкурента чи кількох незначних;
- постійною діагностикою зовнішнього середовища та адекватним управлінням відносно його змін;
- активною ринковою політикою суб'єкта господарювання.

Настання такої ситуації може спровокувати наступні стани конкурентоспроможності підприємства:

- 1) стабілізації, якщо досягнуто оптимального її рівня чи завдяки зовнішнім впливам;

2) планомірного помірного зростання, якщо рівень конкурентоспроможності є достатнім для підприємства або воно не має можливості його підвищувати через потужну дію зовнішніх факторів;

3) стрімкого зростання (за умови, якщо рівноважного стану внутрішніх та зовнішніх чинників).

В представленій ситуації ефективними можуть стати стратегії «захисту», «стрибка» чи «рішучих дій», описані вище.

П'ята ситуація: стрімкого зростання рівня конкурентоспроможності підприємства. Найкраща ситуація, однак вона не завжди є результатом свідомої політики менеджменту підприємства, а може бути спричинена:

- активними діями підприємства, що попереджують вплив зовнішніх чинників;
- результатами вдалого розрахунку;
- сприятливим складом обставин;
- синергічним ефектом від одночасного посилення внутрішніх можливостей та послаблення зовнішніх впливів.

Варіантами розвитку такої сприятливої ситуації можуть бути:

- 1) консервація досягнутого рівня, якщо він задовольняє підприємство;
- 2) збереження стану посиленого зростання конкурентного потенціалу;
- 3) помірне зростання конкурентоспроможності внаслідок сприятливих обставин зовнішнього середовища чи ефективну реалізацію внутрішніх факторів;

4) певна стабілізація з подальшим поступовим послабленням через прорахунки.

За умови досягнення підприємством оптимально рівня конкурентоспроможності, йому варто обрати стратегію «захисту» або «зміцнення»; якщо цей показник є незадовільним, ефективною буде стратегія «рішучих дій»; якщо досягнутий прийнятний стан буде очевидним наслідком дії сприятливих обставин, варто застосувати стратегії «мобілізації» або «змін».

За таких обставин стратегія «зміцнення» дозволить підприємству

зберегти досягнуті темпи розвитку. Загалом, її застосування разом зі стратегією «захисту» можливе у всіх описаних ситуаціях і є ефективним за умови досягнення підприємством задовільних темпів зміни рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, в основі вибору конкурентної стратегії підприємства, лежить конкретна конкурентна ситуація, що характеризується відповідністю стратегічним цілям підприємства, причинами, що її створили та можливостями підприємства щодо управління нею. Алгоритм вибору стратегії представлено на рис. 2.10.

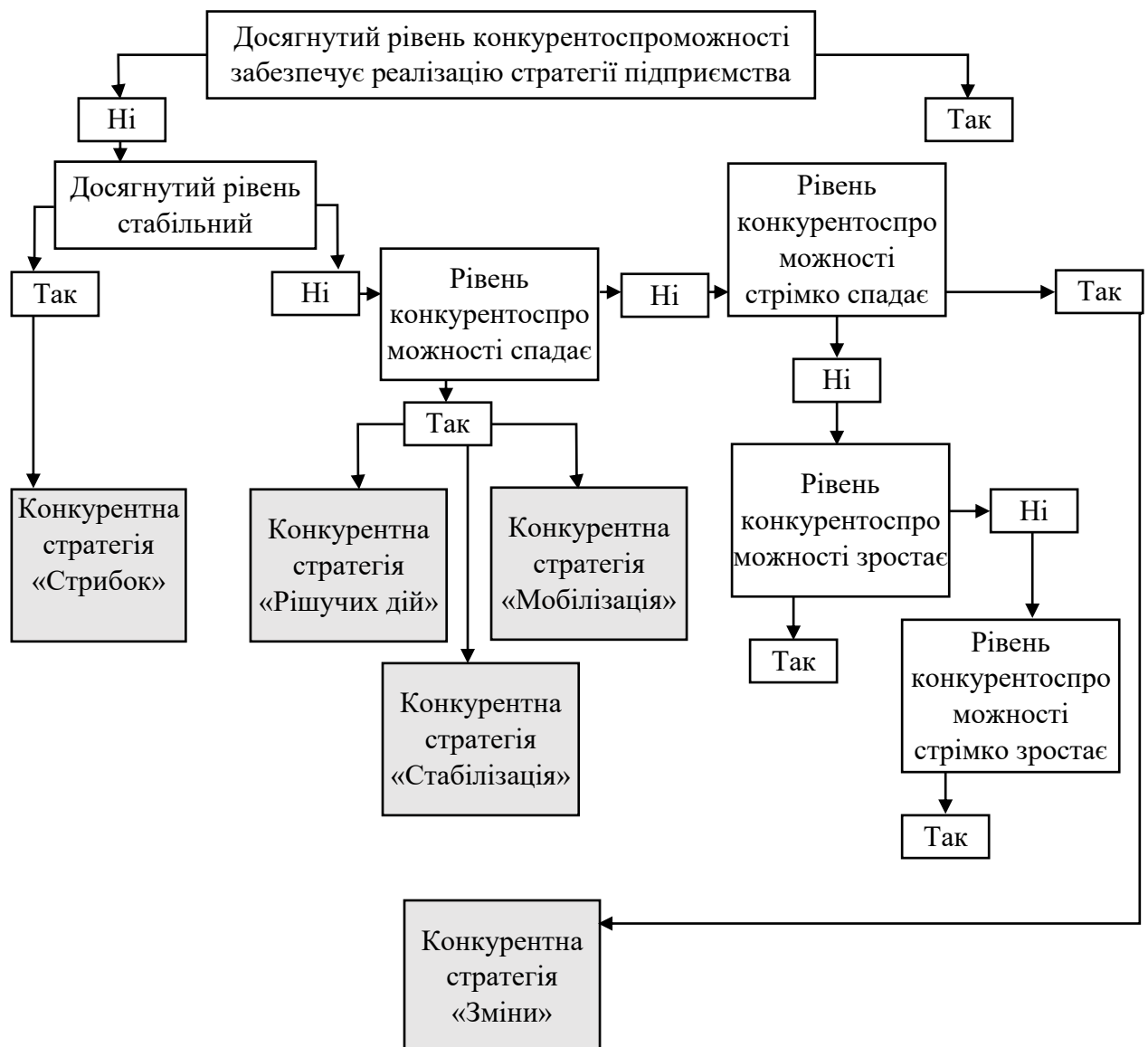


Рис. 2.10. Схема вибору стратегії конкурентоспроможного розвитку підприємства

Отже, аналіз описаних ситуації та шляхів виходу з них, дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) підприємство повинно постійно аналізувати власний рівень конкурентоспроможності;
- 2) незадовільний досягнутий рівень конкурентоспроможності свідчить про певні зрушення в системі внутрішніх можливостей чи зміну тиску зовнішніх чинників;
- 3) вибір конкурентної стратегії має спиратись на динаміку рівня конкурентоспроможності, що дозволить зосередити зусилля на найменш ризикованому її варіанті;
- 4) однаковий вектор зміни конкурентної спроможності підприємства на протязі певного періоду часу може бути зумовлений абсолютно різними причинами;
- 5) вибір конкретної стратегії має бути обґрунтованим та спиратись на аналіз причин існуючого стану конкурентоспроможності та враховувати бажаний прийнятний її рівень.

Перспективним напрямком конкурентоспроможного розвитку сільськогосподарських підприємств є вихід на зарубіжні ринки, що потребує реалізації експортного потенціалу. Останній включає в себе сукупність виробничих, організаційних, економічних та інших складових, здатну забезпечити підприємству можливість реалізовувати вироблену продукцію на зарубіжних ринках.

Останніми роками все більшої ваги набуває значення системи управління міжнародною конкурентною спроможністю аграрних підприємств, з огляду на об'єктивні економічні обставини: швидкість і частоту змін зовнішнього середовища, тенденцію до розрізнення споживчих запитів, посилення конкурентної боротьби, поглиблення інтернаціоналізації бізнесу, високу доступність інноваційних технологій тощо.

Реалізація експортного потенціалу наразі є можливою не тільки для великих сільськогосподарських підприємств, але й для підприємств малого та

середнього розмірів. Саме реалізація експортного потенціалу суб'єктів малого та середнього агробізнесу дозволить прискорити темпи розвитку національної економіки та посилити її значення на світовому ринку.

Завоювання зарубіжних ринків вимагає від вітчизняних аграрних підприємств реалізації низки заходів:

- проведення маркетингових досліджень для з'ясування відповідності базових показників діяльності підприємства світовим стандартам;
- оцінювання власного експортного потенціалу;
- формулювання цілей виходу на зарубіжні ринки та створення поточного, коротко- та довгострокового планів;
- обґрунтування вибору експортної стратегії;
- здійснення систематичного аналізу функціонування підприємства на зарубіжному ринку;
- контроль стану досягнення поставлених цілей експортної діяльності.

Досягнення та підтримання належного рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств на міжнародних ринках супроводжується низкою проблем, зумовлених недостатнім досвідом та кваліфікацією менеджменту таких підприємств в питаннях створення та реалізації ефективної системи управління міжнародною конкурентною спроможністю. Крім того, побудова стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва України має відбуватись в декілька етапів, що актуалізує необхідність подальших досліджень.

Реалізація системи управління міжнародною конкурентною спроможністю аграрних підприємств передбачає комплексне провадження оперативних заходів щодо попередження чи подолання негативних наслідків конкурентної протидії на зарубіжних ринках та забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності на них. Таким чином, основна мета управління міжнародною конкурентоспроможністю аграрних підприємств полягає в забезпеченні їх сталого розвитку за будь-яких економічних, соціальних і політичних умов, що складаються на зовнішньому ринку.

Теоретична реалізація згаданої системи управління міжнародною конкурентоспроможністю аграрних підприємств охоплює наступні моменти.

1. Проведення моніторингу та глибокого аналізу конкурентного середовища на обраному зарубіжному ринку. Дослідження спрямовуються на ключові зовнішні чинники об'єктового ринку з метою виявлення перспективних загроз та можливостей для підприємства, визначення ступеня інтенсивності конкуренції тощо. На основі аналізу результатів діяльності представлених на ринку конкурентів має бути визначена їх ринкова позиція (позитивна, негативна чи нейтральна), що дозволить визначити підприємству його подальшу стратегію ринкової поведінки на обраному ринку.

2. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції у порівнянні з аналогічними показниками основних конкурентів на даному ринку [2]. Метою цього етапу є визначення факторів, що справляють найбільший вплив на діяльність підприємства на зовнішньому ринку та здатні забезпечити йому суттєве випередження конкурентів як у коротко- так і довготривалій перспективі.

3. Формулювання місії підприємства та відповідна побудова стратегії формування та реалізації системи управління міжнародною конкурентною спроможністю підприємств, що дозволяє конкретизувати причини виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств та визначити перспективні напрями їх розвитку.

4. Вибір засобів досягнення поставлених стратегічних цілей конкретних підприємств в ході постановки поточних завдань; виконання заходів, запланованих раніше; а також в процесі набуття, підтримки і розвитку чинників успішного функціонування підприємств на ринку, їх конкурентних переваг та базових компетенцій.

5. Повна оцінка та контроль результатів провадження обраної конкурентної стратегії на зовнішньому ринку. На даному етапі підприємство здійснює обробку результатів діяльності та порівняння отриманих показників з визначеними стратегічними цілями. У разі виявлення відхилень

здійснюється коригування виробничо-господарської діяльності.

На кожному з перелічених етапів формування системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства на міжнародному ринку вирішуються певні завдання, ефективність виконання яких залежить від таких чинників, як, наприклад, перспектива появи ринкових конкурентів, що матимуть ширші компетенції, рівень безпосереднього впливу споживачів та постачальників на конкурентне середовище тощо.

Менеджмент аграрних підприємств в процесі управління міжнародною конкурентоспроможністю стикається з низкою проблем, з-поміж яких варто виділити невідповідність якості продукції міжнародним стандартам, незадовільний рівень розвитку логістики, відсутність чіткої маркетингової лінії та нерозвиненість систем маркетингу, низький рівень поінформованості щодо умов господарювання та економічних особливостей розвитку галузі, обмежений доступ до кредитів та інвестицій, а також фінансових коштів для експортної діяльності.

Аналіз ринкових операторів свідчить, що на сьогодні досить обмежена їх кількість має можливість експортувати сільськогосподарську продукцію. Переважно це агрохолдинги, які спеціалізуються на виробництві, переробці та реалізації експортоорієнтованої продукції, та трейдери, що здійснюють закупівлі сільськогосподарської продукції у малих та середніх виробників для її подальшої реалізації на міжнародних ринках.

Агрохолдинги досить давно оцінили значимість експортної діяльності, їх стратегії, починаючи з 2015 р., орієнтовані на нарощування експортних партій. Так, наприклад, підприємство «Астарта» у 2016 році значно збільшила експорт цукру, соєвого шроту, який є новим напрямом виробничої діяльності компанії з 2014 року, а також зернових і олійних культур. Експортні продажі останніх склали більше 80% виручки компанії в даному сегменті в 2014 році. «КСГ Агро» - публічний холдинг, який здійснив першу експортну поставку пшеничного борошна в 2014 році, а вже у 2015 компанія досягла 10% продажів даної продукції на експорт.

На сьогоднішній день стає зрозумілим, що економічне зростання вітчизняного аграрного ринку можливе за умови усвідомлення виробниками важливості і необхідності розвитку в межах інтеграційних об'єднань. Конкурентоспроможний вихід та закріплення на міжнародних ринках як в аспекті виявлення потенційних покупців, так і фінансового зиску, можливе за умови формування крупнотоварних партій сільськогосподарської продукції. Тому малим та середнім суб'єктам агробізнесу, варто взяти приклад з європейських та американських фермерів, та об'єднатись на засадах кооперації, що дозволить їм витримувати конкуренцію з існуючими агрохолдингами. Тим більше, що останні, мають перспективу розширяти спектр своїх виробничих напрямів, поглиблюючи, зокрема, виробництво продукції з доданою вартістю та завойовуючи нові міжнародні ринки. До того ж, на думку багатьох експертів, за збереження існуючих тенденцій розвитку сільськогосподарського виробництва, існує великий ризик руйнування сільського середовища крупнотоварним виробництвом вже в середньостроковій перспективі. В результаті може відбутись знищення особистих підсобних господарств, які відіграють значну роль в забезпеченні продовольчої безпеки країни, а також втрата родючості ґрунтів та, як наслідок, екологічна катастрофа.

Таким чином, діяльність гігантських корпоративних утворень справляє неоднозначний вплив як на аграрну сферу національної економіки держави, так і на її соціально-економічний розвиток. Передусім, формування крупних експортоорієнтованих партій сільськогосподарської сировини закріпить за Україною відповідний імідж світового постачальника сировини, а не готової продукції та відповідну позицію на світовому ринку. Другий негативний прояв криється в нераціональній організації виробництва і суцільному впровадженні інноваційних технологій в рослинництві, що є передумовою зниження рівня зайнятості сільського населення, ігнорування науково-обґрунтованих сівозмін та впровадження монокультур, деградації земель сільськогосподарського призначення. По-третє, поглиблення концентрації земельних ресурсів та

сільськогосподарського виробництва взагалі може призвести до послаблення соціально-економічного становища та, як наслідок, занепаду сільських територій. В такому стані селяни будуть змушені продавати землю, що призведе до повної декапіталізації селянських господарств.

Важливою проблемою крупнотоварного сільськогосподарського виробництва є подолання проявів монополізму. Незбалансованість ринкової інфраструктури аграрного ринку та відсутність виваженої регуляторної політики щодо діяльності виробничих та обслуговуючих кооперативів виступають наразі значимими факторами стримування просування виробленої в селянських чи фермерських господарствах продукції (в т.ч. й переробленої) до споживача, що зумовлює зниження рівня їх товарності та обмеження їх інвестиційних можливостей для подальшого розширеного відтворення виробництва.

Нестабільна політична та економічна ситуація в країні не сприяє підвищенню міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Крім того, проблеми з виходом вітчизняних агровиробників на зарубіжні ринки обумовлені як недосконалістю державної політики щодо формування міжнародної конкурентної спроможності підприємств, так і існуючою нееквівалентною сформованістю каналів ринкового розподілу аграрної продукції як на національному, так і на регіональному рівнях, а також через нерівномірним позиціонуванням сільськогосподарських товаровиробників та зазначених ринках.

Ще однією проблемою, що супроводжує процес організації та управління міжнародної конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників, є низький рівень їх поінформованості щодо стану та особливостей функціонування конкретних об'єктових ринків. Це стосується не лише міжнародного рівня, але й локального (національного та регіональних ринків). З огляду на відсутність сформованої інформаційної бази, товаровиробники втрачають можливості оперативного корегування своєї виробничо-збутової діяльності та швидкого її пристосування до динамічних

змін зовнішнього середовища. Також процес організації управління міжнародною конкурентоспроможністю в сільськогосподарському виробництві ускладнюється недостатністю кадрового потенціалу та низьким рівнем його компетентності, особливо в аспекті впровадження науково-технічних здобутків у виробничий процес, що на нашу думку, пов'язано передусім з слабким фінансуванням.

Також до ключових та нагальних проблем варто віднести відсутність опрацьованих конкурентних стратегій, орієнтованих на певні цільові споживчі групи. В основу таких стратегій має бути покладено не тільки аналіз конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, але й аналіз їх наявного ресурсного забезпечення та комерційних можливостей.

Відповідно до теоретичних напрацювань, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства пов'язане з формуванням ефективних конкурентних переваг. Виділяють внутрішні та зовнішні заходи підвищення ефективності конкурентних позицій підприємств. Внутрішні заходи підприємства можуть розробляти та реалізовувати власними зусиллями: спрямування достатніх фінансових коштів на науково-технічні дослідження, модернізацію ресурсної бази, стандартизацію та сертифікацію, побудову дієвого механізму оперативного реагування на запити споживачів тощо. Перелік зовнішніх факторів, що впливають на формування конкурентних переваг, досить значний, однак потребує державного регулювання чи допомоги міжнародних організацій. Останнє, очевидно, є можливим, за умови сприятливої політики українського уряду в сфері міжнародних відносин.

Діями українського уряду, спрямованими на стабілізацію внутрішніх економічних відносин, можуть бути, наприклад, зниження податкового навантаження підприємств-виробників сировини, захисту вітчизняних товаровиробників в антидемпінгових розслідуваннях; вирішення проблем щодо повернення податку на додану вартість; забезпечення стабільного курсу національної валюти; покращення економічного клімату в країні; дотримання встановлених міжнародних економічних стандартів; створення сприятливих

умов для збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій; удосконалення нормативно-правової бази щодо перспективного розвитку конкурентного середовища, як зовнішнього, так і внутрішнього тощо.

На нашу думку, вирішення вказаних питань за сучасних умов функціонування вітчизняного аграрного ринку для більшої частки підприємств, які не є великими та могутніми трейдерами на міжнародних ринках, є поки що не можливим. Але виконання таких змін можна вважати перспективним напрямком розвитку українського аграрного ринку.

2.3. Інноваційна орієнтація інвестиційної діяльності в системі формування конкурентних переваг аграрних підприємств

Інноваційний розвиток сільськогосподарського підприємства базується на створенні та впровадженні певної новизни, що лежить в основі, наприклад, сучасних енергозберігаючих технологій, випуску нових або удосконаленні вже існуючих продуктів, впровадження прогресивних управлінських та організаційних рішень у виробничо-господарський процес тощо. З огляду на таку її значимість, інновація повинна бути представлена у вигляді злагодженої системи, здатної ефективно функціонувати як на мікро-, так і макрорівнях діяльності підприємства.

Інноваційна діяльність підприємства на мікрорівні проявляється в організації трудового процесу відповідно до вимог інноваційних технологій, навчання працівників, причетних до провадження інноваційної діяльності, сприяння їх адаптації до багатосторонніх вимог інноваційного процесу. Для реалізації цих завдань підприємствам варто залучати науково-навчальні організації, зокрема, університети. Інноваційна діяльність на макрорівні реалізується шляхом налагодження комунікаційних мереж між інноваційно-активними підприємствами, створенні сприятливого клімату для створення та закупівель прогресивних інноваційних агротехнологій, заохоченні політики

ресурсозбереження, створення технопарків, бізнес-інкубаторів тощо.

Перелік технопарків, яких є 16, зафіксований безпосередньо в профільному законі [Про спец режим]. Аналітики зазначають, що активними є одиниці з переліку [69].

Відповідно до звіту Всесвітньої організації інтелектуальної власності (World Intellectual Property Organization, WIPO), Україна зайняла 45 місце з-поміж 131 країни світу в загальному рейтингу “Глобальний інноваційний індекс 2020” та набрала 37,4 балів зі 100 [Інформац матеріали]. В рейтингу інноваційних економік-2020, який склав Bloomberg, Україна в 2020 р. зайняла 56 (з 60 представлених економік) [Україна опустилась]; в рейтингу «Глобальний індекс конкурентоспроможності» (2019 р.) – 85 місце (за 141 досліджуваної країни) [The Global Competitiveness], у рейтингу IMD World Talent Ranking 2020 (індекс конкурентоспроможності талантів) – 42 місце із 63-х [Укр посіла].

Приведені дані є свідченням низького рівня використання наукового та ресурсного потенціалу в країні, в зв'язку з чим актуалізується проблема необхідності підвищення інноваційного потенціалу.

Нарощування інноваційного потенціалу підприємств галузі сільського господарства сприятиме стабілізації виробничої діяльності підприємств, формуванню їх можливостей швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища та, відповідної адаптації до таких змін.

Як вже зазначалось, під потенціалом розуміють максимальну наявність у економічного суб'єкта можливостей, реалізація яких дозволить максимально ефективно виконати певне функціональне завдання. Виходячи з цього, під інноваційним потенціалом матимемо на увазі сукупність наявних та потенційних можливостей підприємства ефективно залучати нові прогресивні технології у виробництво. Такі можливості можуть носити інтелектуальний, матеріальний, фінансовий, кадровий, інфраструктурний характер тощо. Потужністю інноваційного потенціалу підприємства визначається вибір майбутньої стратегії інноваційного розвитку підприємства [143].

Загалом, при виборі стратегій інноваційного розвитку економічні

суб'єкти керуються співвідношенням наявних і бажаних ресурсів. Так, можливими є стратегії конкурентоспроможної переваги, спрямована на покращення якісних параметрів продукції, що виробляється; стратегія введення інновацій (виробничо-технологічних, організаційних та ін.); стратегія доповнення (чи модернізації) номенклатури продукції; стратегія консолідації чи купівлі тощо. Вибір будь-якої з них визначається наявними у підприємства інноваційними ресурсами.

Інноваційні ресурси включають сукупність інформаційних, інтелектуальних, наукових, матеріально-технічних, технологічних, фінансових, кадрових, організаційних та просторових їх складових. Базисом інноваційного потенціалу виступають кадрові, фінансові та матеріально-технічні складові, а також науково-технічні й інтелектуальні можливості підприємства [144]. При цьому посилення інноваційного потенціалу та ефективне управління всією інноваційною діяльністю підприємства можливе при умові поєднання та розвитку всіх перелічених складових. Відповідно до ст. 4 Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» одним із стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності на 2011 – 2021 рр. визначено, зокрема, технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу [152]. Однак, з огляду на відсутність звітності, яка б містила систематизовану інформацію щодо інноваційної активності сільськогосподарських підприємств, немає можливостей для оцінювання ефективності впровадження нововведень в їх численному масиві, що в підсумку затримує розвиток теорії та методології управління інноваційними процесами в таких підприємствах [65].

Очевидно, на сьогодні існує об'єктивна необхідність впровадження інноваційних розробок в діяльність сільськогосподарських підприємств, які слугуватимуть каталізатором розвитку як таких підприємств, так і агропромислового сектора національної економіки в цілому. Однією із проблем, що гальмує перехід переважної більшості аграрних товаровиробників на інноваційну основу, є брак інвестицій, в тому числі, за

рахунок коштів державного бюджету. За даними переліку інвестиційних проектів, які реалізуються та будуть реалізовуватись в агропромисловому комплексі Харківської області у 2013–2015 рр., 82 сільськогосподарських підприємства отримають інвестиції для реконструкцій, переобладнання та будівництва [118].

Динаміка капітальних інвестицій в сільське господарство області у 2007–2017 рр. показує, що найменша кількість інвестицій мала місце у 2007 році, а найбільша – у 2011 році. При цьому наявність інвестицій не є єдиним фактором, здатним забезпечити підприємствам ефективний розвиток; важливою є наявність можливостей, умов та потенціалу для застосування цих інвестицій. Саме тому аграрні підприємства потребують розробки раціональної інвестиційної стратегії, чітке слідування якій дозволить йому забезпечити сталий розширений розвиток. Останніми роками не було виявлено суттєвих змін щодо покращення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств, тому вважаємо доцільним застосування такого інструменту управління як логістика із синергетичними зв'язками.

Під логістикою розуміють [163] науково-практичну концепцію управління потоковими процесами, що реалізуються в ході проходження потоків матеріальних ресурсів та відповідної їм інформації від джерела їх виникнення до кінцевого споживання, з метою забезпечення оптимального співвідношення логістичних витрат та задоволення потреб споживачів. Синергія, в свою чергу, є загальним економічним ефектом, досягнутим в результаті взаємодії двох або більше чинників, які у своїй взаємодії здатні забезпечити кращі результати, ніж по окремоті.

Керівництво сільськогосподарських підприємств постійно стикається з необхідністю вирішення проблем, пов'язаних з транспортуванням зберіганням, переміщенням, обробкою та переробкою виробленої продукції. Тому кінцевий результат та рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від виважених злагоджених дій в процесі планування, координації та реалізації всіх заходів, передбачених обраною стратегією інноваційного

розвитку.

Відповідно до даних міжнародної статистики, питома вага логістичних витрат в кінцевій вартості продукції становить майже 20 %. Таким чином, суттєвим резервом підвищення конкурентоспроможності продукції на цільовому ринку можна вважати можливість мінімізації таких витрат шляхом адаптації товаровиробників до сучасних логістичних механізмів. Тому при виборі стратегії інноваційного розвитку підприємств галузі сільського господарства вважаємо необхідним спиратись також і на логістичні чинники як на одні з базових.

Ефективне функціонування сільськогосподарських суб'єктів господарювання усіх організаційно-правових форм та форм власності вимагає налагодження швидкого, точного та безперебійного логістичного сервісу, що дозволить координувати їх діяльність. Наприклад, транспортування продукції має здійснюватися за графіком, без затримок, у умовах, здатних забезпечити збереження якісних параметрів продукції. Комплексне застосування логістичних послуг та контроль за логістичними витратами дозволить керівництву сільськогосподарських підприємств вирішити проблему підвищення управління у всіх напрямках їх виробничої діяльності.

За ринкових умов господарювання вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств вимагає впровадження інноваційної стратегії, здатної забезпечити як швидку адаптацію до змін зовнішнього середовища, так і спроможність ефективно використовувати наявний потенціал підприємства, забезпечуючи таким чином мінімальний рівень витрати. Обрана стратегія інноваційного розвитку буде спрямована на зростання конкурентоспроможності виробленої сільськогосподарської продукції, забезпечення сталої довгострокової позиції підприємства на цільовому ринку та підвищення його економічної ефективності, а застосування логістичних інструментів із синергетичними зв'язками створить сприятливі умови для розвитку підприємства на інноваційній основі.

Низький рівень інноваційно-інвестиційної активності

сільськогосподарських підприємств наразі зумовлений високими комерційними ризиками інвестування їх інноваційної діяльності, а також доволі значними обсягами необхідного фінансування, тривалим періодом їх окупності та суттєвими прогалинами в нормативно-правовій базі, що стосується науково-технічної діяльності. Недосконалість податкової та фінансово-кредитної політики, спеціалізованої інфраструктури ресурсного забезпечення операційної та інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств ще більше демотивують останніх щодо широкого впровадження організаційно-економічних та техніко-технологічних інновацій. Також проблема посилюється з огляду на відсутність платоспроможного попиту на науково-технічну та наукомістку продукцію, що викликано, зокрема, слабким фінансово-економічним становищем підприємств, низьким рівнем бюджетного фінансування, нерівнозначними умовами доступу до комерційних кредитних ресурсів. Реалізація інноваційно-інвестиційних процесів в агровиробництві гальмується з огляду на слабкий рівень розвитку ринку інноваційної продукції, відсутність дієвого організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю, особливо сільськогосподарських товаровиробників малих та середніх розмірів.

Іншим аспектом означеної проблеми є те, що процес створення певної частини науково-технічних та дослідно-конструкторських пропозицій завершується до досягнення ними рівня наукової продукції, готової до впровадження та ефективного використання в процесі основного виробництва товаровиробниками. Дана проблема зумовлена, зокрема, відсутністю компетентних організаційно-економічних структур, зосереджених на дослідженні ринків інноваційної продукції та відповідного попиту на неї.

Також відмічається, що значна частка інноваційно-інвестиційних проєктів, вибраних для реалізації в сільськогосподарських підприємствах, не здатні задовільнити вимоги техніко-технологічної, будівельної, екологічної та економічної експертизи. Відповідно до проведених емпіричних досліджень, в переважній частині сільськогосподарських товаровиробників відсутні чи не

використовуються елементарні системи показників економічного аналізу, здатні визначити доцільність та ефективність реалізації відібраних інноваційно-інвестиційних проєктів. Відсутність керівництва у сільськогосподарських підприємств аналітичного обґрунтування доцільності реалізації таких проєктів ускладнює вирішення питань фінансування таких проєктів за рахунок банківських кредитів.

Загалом, на думку ряду науковців, проблемами, що гальмують сучасний розвиток науки є:

- відсутність ефективного механізму управління конкуренцією;
- низький рівень заінтересованості та мотивованості сільськогосподарських і переробних підприємств агропромислового комплексу;
- відсутність достатнього фінансування НДіДКР у сфері агропромислового виробництва;
- слабка матеріально-технічна база науково-дослідних установ;
- низький рівень інноваційної активності наукових установ;
- фактично майже відсутня інтеграція виробництва, науки та освіти, недостатня реалізація наукового потенціалу вищих навчальних закладів аграрного профілю;
- відсутність єдиної системи зберігання генофонду рослин і тварин;
- слабкість інформаційно-сервісної сфери наукових послуг;
- відтік молодих, кваліфікованих кадрів в інші сфери економічної діяльності через низьку соціальну захищеність сільського населення;
- недостатність кадрового потенціалу у гостродефіцитних та пріоритетних напрямках сільськогосподарської науки, зокрема, в галузі поширення наукових розробок і знань [181].

Українські реалії сьогодення такі, що, маючи потужні фундаментальні та технологічні можливості та сформовану науково-виробничу базу, цей інноваційний потенціал не знаходить свого застосування в створенні та реалізації наукових розробок в виробничій та інших видах діяльності. Таким

чином, відсутність злагодженого механізму управління процесом створення і впровадження нововведень, відсутність коштів для його фінансування, низька результативність діяльності наукових установ призвели до формування інноваційного дефіциту.

Зусиллями науковців, що опікувались проблемами розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств, визначено широкий перелік напрямів її розвитку, з-поміж яких найбільш вагомими вважаємо:

- створення ефективного механізму управління інноваційною діяльністю в сфері сільськогосподарського виробництва на регіональному рівні;

- здійснення технічного і технологічного переоснащення підприємств;

- застосування малими та середніми суб'єктами господарювання, включаючи фермерські та особисті селянські господарства, інтеграційних інструментів, зокрема кооперації, що дозволить їм використовувати переваги крупнотоварного виробництва;

- активізація інноваційної діяльності суб'єктів господарювання; – підвищення результативності наукових досліджень.

Метою реалізації першого напрямку є побудова механізму управління інноваційно-інвестиційною діяльністю регіональних аграрних соціально-економічних систем, який сприяв би успішному розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в сільському господарстві шляхом створення організаційно-економічних засад формування системи інформаційного, консультативного, ресурсного та інфраструктурного забезпечення галузі.

Метою технічного переозброєння малих та середніх суб'єктів господарювання є перехід на якісно новий техніко-технологічний рівень розвитку вітчизняного агропромислового виробництва. Реалізація інноваційно-інвестиційної діяльності вимагає налагодження відповідної інфраструктури в аспектах просування наукової-технічної та проектно-конструкторської продукції на ринку інновацій; інформаційно-

консультативного провайдингу інноваційно-інвестиційної діяльності; економічної експертизу та аналітичної оцінки науково-технічних й інноваційно-інвестиційних програм, проєктів, пропозицій і заявок; розвитку експериментально-дослідницької бази; створення регіональних структур для фінансування та ресурсного забезпечення науково-технічної й інноваційно-інвестиційної діяльності.

Дієвими інструментами, здатними забезпечити успіх інноваційно-інвестиційної діяльності, можуть бути вертикальна та горизонтальна інтеграція. Об'єднання малих товаровників на кооперативній основі чи їх інтеграція з переробними, заготівельними, ресурсозабпечуючими та трейдинговими підприємствами здатні розширити відповідні можливості товаровиробників та забезпечити їм економічне зростання.

Посилення значимості науково-дослідних установ, зростання їх відповідальності за результати поведження інноваційної діяльності здатні активізувати інноваційно-інвестиційні процеси в агропромисловій сфері. Поряд з цим інноваційно спрямовані сільськогосподарські товаровиробники потребують державного сприяння в аспектах оптимізації податкових зобов'язань, доступності фінансування інноваційних проєктів, забезпечення поінформованості та отримання різноманітних консалтингових послуг.

Узагальнення перелічених пропозицій дозволило обґрунтувати перспективні вектори модернізації існуючого організаційно-економічного механізму розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств:

- формулювання пріоритетів інноваційно-інвестиційного розвитку;
- розробка й впровадження системи та технологій управління, відповідної цим пріоритетам;
- комплексна реалізація стимулюючих заходів щодо нарощування інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських товаровиробників;
- удосконалення методики та розширення інструментарію державної підтримки цільових галузевих інноваційних програм та проєктів;

– створення та розвиток спеціалізованих аграрно-інноваційних центрів на регіональних рівнях.

Накопичений потенціал аграрної науки та демонстрація високого якісного рівня науково-технічної продукції, створеної вітчизняними науковцями відкриває перед сільськогосподарськими товаровиробниками широкі перспективи щодо впровадження в процес виробництва нових сортів рослин та порід тварин, інноваційних технологій та сучасних технічних засобів, а також ефективних новацій організаційно-управлінського характеру. Однак стан ресурсної бази більшості таких суб'єктів господарювання гальмує повноцінне використання цих можливостей.

Об'єктивна основа перелічених векторів підтверджується тим фактом, що більшість дослідників проблематики розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в сільському господарстві акцентують на них увагу. Ми вважаємо їх перспективними з огляду на їх відповідність сучасним економічним реаліям та визначеним пріоритетним цілям інноваційно-інвестиційного розвитку сільськогосподарських підприємств. Реалізація заходів за запропонованими напрямами сприятиме становленню інтелектуально-інноваційних комплексів агропромислових соціально-економічних систем мікрорівня, які можуть об'єднати навчальні, наукові та кредитно-фінансові організації; агроформування різних організаційно-правових форм та форм власності; підприємства інноваційної інфраструктури тощо. На основі об'єднання зусиль такі комплекси матимуть змогу вчасно, швидко та адекватно реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища створювати та виробляти конкурентоспроможну продукцію, здатну задовольняти постійно зростаючі потреби споживачів.

При формуванні заходів ефективної реалізації запропонованих напрямів слід враховувати існуючий рівень розвитку науково-технічного прогресу та стан інноваційного потенціалу, специфіку економічного розвитку та особливості провадження сільськогосподарської діяльності в регіональному аспекті, стан складових виробничої й фінансово-кредитної інфраструктури,

перспективність розвитку інтеграційних процесів та ін. Таке розуміння дозволило визначити ключові напрями інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств галузі сільськогосподарського виробництва.

Ефективне функціонування аграрного сектору національної економіки країни неможливе без розвитку його в інноваційному аспекті. В основу такого інноваційного розвитку має бути покладено принцип «зустрічних потоків», тобто «йти шляхом перманентної взаємодії держави й регіональних органів влади. Причому ініціативу повинна виявляти не держава, якій при цьому відводиться роль формування самого господарського механізму аграрного сектора економіки як системи, що складається з підсистем нижчого рівня, одна з яких і є інноваційною» [157].

На еволюцію інноваційно-інвестиційної підсистеми аграрного сектора економіки справляють вплив, з одного боку, еволюційний розвиток самого господарського механізму, а з іншою, – процес еволюції продуктивних сил і виробничих відносин, що обумовлює необхідність їх взаємодії та історично підтверджується досвідом існування людського суспільства. В результаті такої взаємодії формується певна інноваційна основа розвитку сільгосптоваровиробників. Виступаючи одним із найважливіших структурних елементів системи господарського механізму аграрної сфери економіки країни, інноваційна підсистема має включати певний набір взаємопов'язаних складових нижчого ієрархічного рівня, спрямованих на створення інновацій і їх трансфер, тобто певного роду інноваційно-інвестиційної інфраструктури.

Проведений аналіз дозволив прийти до висновків щодо необхідності децентралізації державного управління інноваційно-інвестиційним розвитком аграрних підприємств та реструктуризації системи її організаційно-економічного механізму.

Успішна реалізація завдань, здатних забезпечити досягнення цілей в процесі розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств, можлива за умов наявності певних базових засад, до яких можна віднести, зокрема, раціональне використання досягнутого інноваційно-

інвестиційного потенціалу. Визначення раціональних розмірів останнього вимагає чіткого розуміння економічної природи інноваційно-інвестиційного потенціалу та його структури та забезпечить коректне оцінювання його впливу як на наявний економічний стан підприємства, так і на перспективи його розвитку. Також необхідним вважаємо визначення переліку чинників, що справляють найбільший вплив на інноваційно-інвестиційного кппіталу, динаміку його розвитку та тенденції змін.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний потенціал аграрного підприємства є комбінацією конкретних економічних умов та ресурсів, здатних у своїй взаємодії забезпечити якісну трансформацію його операційної та інвестиційної діяльності шляхом практичного застосування передових здобутків науки і техніки та сприяти досягненню поставлених цілей його соціально-економічного розвитку шляхом забезпечення конкурентоспроможності виробленої продукції на цільових товарних ринках.

Такий концептуальний погляд на розуміння інноваційно-інвестиційного потенціалу спрямовує діяльність аграрних підприємств на провадження позитивних змін, трансформацію потенційних можливостей в конкретні практичні досягнення, визначає подальші цілі економічного розвитку та перспективне позиціонування на цільових товарних ринках.

При вирішенні питання ефективного управління формуванням та розвитком інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств важливим аспектом виступає дослідження його складових, що відображено в низці публікацій вітчизняного та зарубіжного авторства. Науковці відзначають важливість ідентифікації цих складників не лише з точки зору формування підґрунтя для оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу, а й в аспекті необхідної передумови здійснення процесу його формування, визначення раціонального розміру та оптимальної структури. Такого роду базис визначає відповідну надбудову, тобто сукупність взаємопов'язаних та взаємозалежних складових різного функціонального призначення: людських, матеріальних, технічних, інформаційних, фінансових

та інших видів ресурсів.

Підтримуємо думку Д. І. Кокуріна[83] відносно представлення елементної або видової структури інноваційного потенціалу сукупністю взаємопов'язаних та взаємообумовлених трьох елементів – ресурсним, внутрішнім та результативним, що взаємодіють у процесі реалізації завдань інноваційно-інвестиційного розвитку та у своїй єдності забезпечують виконання цілей загальної економічної стратегії підприємства.

Певного роду фундаментом, «плацдармом» формування інноваційного потенціалу виступає ресурсний елемент, що складається з таких основних функціональних компонентів як людські, матеріально-технічні, фінансові, інформаційні та інші ресурси [83].

Особливим ресурсним компонентом виступають людські ресурси, які виконують не тільки забезпечувальну, але й креативну функції: від зародження ідеї формування інноваційного потенціалу до його успішної реалізації. Людські ресурси є сукупністю суспільно значимих виробничих і загальнолюдських навичок, знань, здібностей, якими володіє людина, які їй належать та невіддільні від неї і практично використовуються у повсякденному житті. Цей компонент безпосередньо впливає не тільки на ресурсну складову інноваційного потенціалу підприємства, але й на внутрішню, та особливо – на результативну.

Матеріально-технічні ресурси підприємства, виступаючи «речовою основою, визначають техніко-технологічну базу потенціалу, яка згодом буде впливати на масштаби і темпи інноваційної діяльності» [83, с. 45]. Їх формування відбувається в галузях промисловості, що створюють засоби виробництва для сільськогосподарських підприємств, а процес створення таких засобів базується на застосуванні новітніх технологій, в результаті чого вони отримують потенційні можливості для їх подальшої реалізації.

Фінансові ресурси, як компонент ресурсної складової інноваційного потенціалу, представлені органічною єдністю реальних фінансових джерел і запасів та потенційних можливостей їх вкладення для досягнення конкретних

цілей і завдань підприємства. Обсяг таких фінансових ресурсів характеризує фінансову стійкість підприємства, його здатність створювати матеріальні блага чи надавати суспільно значущі послуги. Поряд з функцією забезпечення на них покладено страхову функцію, яка реалізується в процесі дублювання та грошового вимірювання всіх складових інноваційного потенціалу: матеріально-технічних, інформаційних, людських та інших видів ресурсів [45, с. 79]. Неоднозначність їх ролі в формуванні та реалізації інноваційного потенціалу проявляється, з одного боку, в тому, що з огляду на їх обмеженість підприємства спрямовують зусилля на пошук найбільш економічного варіанту їх використання та намагаються максимально інтенсифікувати існуючі чинники, що стимулює рух всієї системи. Однак, з іншого боку, їх брак гальмує процес створення та реалізації всього інноваційного потенціалу. В будь-якому випадку, можна говорити про їх однозначний кількісний та якісний вплив на формування інноваційного потенціалу аграрного підприємства.

Інформаційний ресурс (з такими його активними формами як бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти тощо) виконує свого роду ферментуючу роль, переводячи матеріальні фактори виробництва з латентного стану в активний. Особливістю даного ресурсу є його невичерпність. Розвиток суспільних відносин та постійне розширення сфери знань призводять до його нагромадження. Однак, перебуваючи в самостійній позиції, цей ресурс має виключно потенційне значення, та «приводиться в дію» лише поєднавшись з іншими видами ресурсів (людськими, матеріально-технічними та ін.), перетворюючись при цьому в дієвий компонент інноваційного потенціалу [65, с. 87].

Друга – внутрішня складова інноваційного капіталу – відіграє роль важеля, використання якого дозволяє забезпечувати дієздатність та ефективність роботи всіх перелічених компонентів. Внутрішня складова інноваційного потенціалу підприємства характеризує його можливість

цілеспрямовано проваджувати інноваційно-інвестиційну діяльність, визначаючи спроможність підприємства залучати різного роду ресурси для ініціювання, створення і поширення різних новацій на комерційних засадах.

Отже, ключове значення внутрішньої складової виявляється в процесах розробки і впровадження інноваційного продукту, забезпечення безперервного взаємозв'язку новатора з наукою (як джерелом прогресивних ідей) та споживчим ринком, а також в мобілізації методів та способів управління інноваційним процесом.

Беззаперечно важливе значення даної складової та її складність зумовили застосування структурно-інституціонального та функціонального підходів при її детальному аналізі [83, с. 55]. Застосування структурно-інституціонального підходу базується на представленні структури інноваційно-інвестиційної діяльності як системи інституційних суб'єктів, що задіяні в її реалізації, у взаємозв'язку зі сферами науки та виробництва, що знаходяться за межами внутрішньої складової. Функціональний підхід, розглядаючи внутрішню складову як відповідальну за відновлення інноваційного потенціалу, базується на визначенні часових закономірностей між стадіями та циклами інноваційно-інвестиційного процесу: виробництвом інноваційного продукту, його обміну, розподілу, споживання та, в підсумку, відновлення циклу інноваційно-інвестиційного процесу

Третя – результативна складова інноваційного потенціалу – відображає результат використання можливостей підприємства (наприклад, нова продукція як результат реалізації інноваційного процесу), виступаючи певною цільовою характеристикою інноваційного потенціалу. Нарощування результативної складової стимулює розвиток двох інших складових. Тобто, визначаючи результати кількісних та якісних змін, результативна складова закладає потенційні можливості для функціонування інноваційного потенціалу та підприємства взгалі на новому рівні. Цим і обґрунтовується

важливість даної складової та доцільність її виділення з-поміж інших.

Можливість ефективного співіснування трьох перелічених складових інноваційного потенціалу лише в тісному їх взаємозв'язку обумовлюють необхідність практичного визначення їх оптимального співвідношення. Так, наприклад, незначна частка ресурсного показника в структурі інноваційного потенціалу обумовлена, очевидно, переважанням якісних параметрів, а кількісне обмеження необхідних ресурсів може компенсуватись інтенсифікацією, впровадженням нових форм та методів організації виробничо-збутової діяльності тощо. Однак, очевидним є той факт, що наступна зміна будь-якої з перелічених складових призведе або до зменшення власної віддачі, або до зниження ефективності інших складових з огляду на їх системну єдність, тобто очевидним є існування певної межі відхилення величини елементів інноваційного потенціалу. За такої обставини актуалізується проблема оптимізації структури інноваційно-інвестиційного потенціалу, яка потребує детального дослідження, враховуючи свою складність.

Загалом, багатоплановість, складність та різноспрямованість представлення інноваційного потенціалу як економічної категорії зумовлює необхідність її подальшого дослідження в контексті вирішення конкретних наукових та практичних проблем. Запропоноване уточнення та розширення поняття «інноваційна орієнтація інвестиційного потенціалу аграрних підприємств», визначення його видів і структури набуває суттєвої ваги як елемент науково-методичної бази управління процесами його формування і розвитку, а також основою для розробки практичних рекомендацій з ефективного використання.

Інноваційно-інвестиційний потенціал будь-якого суб'єкта господарювання аграрної сфери виробництва залежить від його специфіки та масштабів діяльності, а ступінь та ефективність використання такого потенціалу, відповідно, визначає інноваційно-інвестиційні можливості

аграрного підприємства, його сприйнятливість до практичного впровадження новітніх науково-технічних розробок у сфері аграрного виробництва. При цьому формування та розвиток інноваційного потенціалу знаходяться під постійним впливом зовнішніх факторів, найвагомими з яких є державне регулювання аграрної та фінансово-кредитної сфер.

Процеси формування та розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників ускладнюється з огляду на відсутність дієвого організаційно-економічного механізму управління ними. В ході дослідження виявлено ключові проблеми управління інноваційно-інвестиційним потенціалом, найбільш вагомими з яких є:

– практична неспроможність більшості малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників генерувати власні фінансові ресурси, що визначає необхідність пошуку та залучення зовнішніх джерел їх формування та подальшого раціонального використання на основі обґрунтованого вибору перспективних шляхів інноваційно-інвестиційної діяльності;

– відсутність методичної бази проведення достовірного та комплексного оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників, здатної врахувати специфіку їх інвестиційної та фінансової активності;

– низький рівень техніко-технологічного забезпечення сільськогосподарського виробництва, велика фізична та моральна зношеність наявних у малих та середніх товаровиробників засобів виробництва;

– підвищення рівня природно-кліматичних, техніко-технологічних, екологічних та фінансових ризиків, пов'язаних з виробничою діяльністю сільськогосподарських підприємств;

– низький рівень поінформованості відносно ринкових потреб в

продукції інноваційного характеру та сучасних науково-технічних досягненнях;

– недосконалість системи мотивації персоналу, зважаючи на значущість окремих фахівців [10, с.11].

Прискорений розвиток інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських підприємств можливий за умови впровадження ефективного механізму управління ним [22, с. 34]. При цьому процес управління формуванням та розвитком інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських товаровиробників характеризується певною логічною узгодженістю та послідовністю здійснення окремих етапів. Така логіка його здійснення окреслена його методичною базою.

Узагальнення результатів наукових досліджень з даної проблематики дозволило здійснити систематизацію та структуризацію ключових компонентів методичного базису управління формуванням та розвитком інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських підприємств та сформулювати наукові підходи до практичного застосування системи такого управління. При цьому концептуальною основою цієї системи є обґрунтований нами комплексно-відтворювальний підхід до формування й використання інноваційно-інвестиційного потенціалу. Ми позиціонуємо підхід як комплексно-відтворювальний, оскільки вважаємо, що у процесі формування та використання інноваційно-інвестиційного потенціалу відтворення його складників має здійснюватися не поодинокі, а комплексно, тобто стосуватися одночасно всіх. Це дозволить забезпечити не лише необхідні кількісні та якісні зміни у складі його елементів, а й покращення результативності його використання.

Базовий перелік принципів практичної реалізації системи управління формуванням та реалізацією інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств, сформований на основі пророблення наукових

лутературних джерел, має включати, на нашу думку наступні: науковості, комплексності, системності, об'єктивності, достовірності та точності, оптимальності, цілеспрямованості, плановості та ефективності. Реалізація принципу науковості відбувається шляхом врахування в процесі управління інноваційно-інвестиційним потенціалом сільськогосподарських товаровиробників впливу об'єктивних економічних законів, застосування сучасної науково-методичної бази та прогресивного дієвого інструментарію.

Принцип комплексності полягає в дослідженні сукупності якісних та кількісних параметрів, що характеризують різні сторони інноваційно-інвестиційного потенціалу сільськогосподарських підприємств, визначенні їх відповідності цільовим показникам, врахуванні в процесі дослідження їх взаємозв'язків та визначенні їх сукупного впливу на формування і розвиток такого потенціалу.

В основі принципу системності лежить розуміння інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства як відкритої економічної системи. Тобто, виступаючи, з одного боку, динамічною системою взаємопов'язаних різносторонніх компонентів, з іншого боку, в аспекті відношення до власного зовнішнього середовища, інноваційно-інвестиційний потенціал виступає єдиним цілим. Тому управління ним має бути побудоване з точки зору необхідності врахування таких внутрішніх та зовнішніх зв'язків, взаємообумовленості і взаємозалежності його окремих складових.

В основі принципів об'єктивності, достовірності, точності лежить розуміння того, що оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрного підприємства має ґрунтуватись на правдивій, перевірених інформації, що об'єктивно характеризує реальний стан речей, та спиратись на точні аналітичні розрахунки.

Принцип оптимальності означає, що об'єктова база управління інноваційно-інвестиційним потенціалом має бути кількісно обмеженою, однак

при її формуванні мають бути враховані всі складники, що справляють суттєвий вплив на найвагомші фактори розвитку такого потенціалу.

Принцип цілеспрямованості передбачає, що в основі будь-яких трансформаційних змін є певна мета, яка обумовлює вибір конкретних рішень, послідовність їх реалізації, інтегрує найскладніші варіанти діяльності. Цей принцип передбачає, що розробка конкретних заходів, спрямованих на стабілізацію та посилення інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрних підприємств, має ґрунтуватись на практичному використанні аналітичних та прогнозних даних, а також цільових параметрів його формування і використання.

Принцип плановості обумовлений необхідністю здійснення планових, систематичних заходів в процесі створення і реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу. Керівництво агропромислового підприємства, відповідно до даного принципу, має спрямувати зусилля на організацію планування аналітичної роботи, забезпечити розподіл обов'язків щодо її здійснення між конкретними виконавцями та налагодити відповідний контроль.

Принцип ефективності виходить з розуміння того, що реалізація всіх заходів та дій щодо розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу товаровиробника, повинна забезпечити різноаспектний ефект.

Початковим етапом побудови системи управління інноваційно орієнтованою інвестиційною діяльністю сільськогосподарських товаровиробників є розробка стратегії їх інноваційно-інвестиційного розвитку, що, в свою чергу, є складовою загальної стратегії економічного розвитку підприємства. Її розробка вимагає попереднього вивчення та аналізу стану зовнішнього оточення, виявлення можливостей та загроз з боку факторів його мікро- та макросередовища.

На основі аналізу стану та динаміки зовнішніх чинників формуються

інноваційно-інвестиційні цілі підприємства, наприклад, підвищення конкурентоспроможності, вихід на нові ринки та закріплення на них. Реалізація подібних цілей можлива, переважно, за умови створення принципово нової продукції або зменшення собівартості її виробництва.

В процесі управління інноваційно-інвестиційним потенціалом важлива роль відводиться його оцінюванню. Аналіз отриманих показників дозволяє що визначити ефективність його використання та обрати те чи інше альтернативне рішення щодо майбутньої інноваційно-інвестиційної стратегії.

Таким чином, розробка інноваційна стратегії підприємства ґрунтується на результатах комплексного аналізу факторів зовнішнього середовища та оцінювання рівня розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства. Успішна інноваційно-інвестиційна стратегія має відповідати наступним критеріям:

- ефективності та корегованості;
- стратегічної відповідності можливостей зовнішнього середовища наявному інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрного підприємства;
- рівню інноваційності виробництва та його операційної досконалості.

За результатами оцінювання визначають рівень інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства: високий, середній чи низький. Досягнення підприємством високого рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу дозволяє йому застосовувати наступальні стратегії, здатні забезпечити розвиток підприємства на інтенсивній основі. Вибір таких стратегій обумовлює значні фінансові вкладення в проведення НДіДКР, результати яких мають сприяти завоюванню провідних ринкових позицій на визначеному сегменті. Визначення рівня наявного потенціалу як середнього є підставою для обрання стратегії з переліку оборонних. За низького рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємству варто сконцентрувати зусилля на розв'язанні оперативних проблем та проведенні заходів щодо

підвищення рівня потенціалу та подальшого формування можливостей вибору інноваційної стратегії з урахуванням його цілей економічного розвитку.

Підвищення рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу здійснюється за спеціально розробленою програмою його перспективного розвитку, реалізація якої вимагає забезпечення наступних умов: виконання програмних завдань у встановлені строки; наявність фінансового забезпечення та постійного організаційного супроводу заходів, передбачених програмою; здійснення контролю за виконанням програми. На заключному етапі реалізації такої програми проводиться оцінка рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства.

Отже, побудова та успішна реалізація механізму управління формуванням та розвитком інноваційно-інвестиційним потенціалом сільськогосподарських товаровиробників створить умови для прийняття зважених стратегічних управлінських рішень, сприятиме зниженню рівня ризиковості інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, підвищенню ефективності використання наявної ресурсної бази.

Здійснення ефективного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю суб'єктів аграрного бізнесу має базуватись на попередній якісній та реальній оцінці рівня їх інноваційно-інвестиційного потенціалу як в аспекті статичного (на певну календарну дату), так і динамічного (напряму та динаміку подальшого розвитку) позиціонування. Проведення такої оцінки дозволяє сформулювати адекватне розуміння щодо готовності здійснювати інноваційно-інвестиційну діяльність та її перспективних можливостей; здійснити аналіз виявлених тенденцій та закономірностей економічного розвитку підприємства взагалі та його інноваційно-інвестиційної діяльності, зокрема, та на цій основі визначити сильні та слабкі сторони підприємства, його недоліки і потенційні можливості з метою прогнозування майбутніх тенденцій та оцінки перспективних динамічних темпів; розробити рекомендації щодо прийняття

ефективних управлінських рішень в процесі вибору інноваційної стратегії та формування відповідної політики підприємства, а також з метою визначення механізмів та інструментарію, що сприятимуть успішній реалізації обраної стратегії.

Висновки до розділу 2

1. В процесі дослідження здійснена ідентифікація місця та ролі потенціалу конкурентоспроможності аграрного підприємства в його загальній структурі та визначене його співвідношення з економічним потенціалом. Базисом потенціалу підприємства виступає ресурсний потенціал, виробничий потенціал у взаємодії з комерційно-збутовими можливостями підприємства формують економічний потенціал, на якому, в свою чергу, ґрунтуються потенціал конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства, ефективна реалізація яких сприяє нарощуванню економічного потенціалу.

2. Визначено, що управління потенціалом конкурентоспроможності базується на функціональному, інструментальному та процесному підходах, які різняться передусім ідентифікацією об'єкта управління та відповідними процедурними аспектами. Встановлено, що застосування функціонального підходу дозволяє ідентифікувати потенціал конкурентоспроможності як похідну економічного потенціалу, і збільшення останнього спричиняє зростання конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому. З точки зору інструментального підходу потенціал конкурентоспроможності розглядається як органічна складова економічного потенціалу підприємства, при цьому ефективність потенціалу конкурентоспроможності визначається створенням конкурентних переваг та їх успішним використанням в процесі здійснення маркетингово-збутової діяльності. Процесний підхід враховує

динамічність ринкового середовища, дозволяє визначити характер конкурентних переваг в моменті, та, як наслідок, оцінити пріоритетну роль в забезпеченні сталого розвитку підприємства потенціалу конкурентоспроможності чи, навпаки, його економічного потенціалу. Виходячи з діалектичної єдності трьох зазначених підходів та їх спрямованості на спільний об'єкт управління, на основі поєднання їх продуктивних складових обґрунтовано цілісну концепцію управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. Дана концепція виходить з розуміння об'єкта управління як цілісної та дуальної сукупності можливостей щодо створення та реалізації конкурентних переваг шляхом ефективного, орієнтованого на забезпечення сталого економічного розвитку використання інноваційних та інвестиційних інструментів.

3. В процесі дослідження набули розвитку теоретичні засади дотримання інноваційної спрямованості інвестиційної діяльності сільськогосподарських товаровиробників, що в прикладному аспекті опосередковується через застосування процедур стратегічного планування. При цьому вибір подальшої стратегії розвитку має бути адекватним наявному інвестиційному потенціалові підприємства та його співвідношенню з доступними шляхами інноваційного розвитку. Введення таких обмежень та застосування необхідних управлінських процедур стратегічного планування дозволяє сформувати найбільш раціональний інвестиційний портфель підприємства та забезпечити умови для подальшого впровадження виробничо-технологічних, комерційно-збутових та організаційно-управлінських інновацій.

Розділ 3. СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ЕФЕКТИВНОСТІ, ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ОРІЄНТОВАНOSTІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

3.1. Оцінка рівня економічної ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств

Підприємства аграрної сфери реалізують свою виробничо-комерційну діяльність на ринку агропродовольчої продукції та зокрема на ринку сільськогосподарської продукції. Сформована на ринку збуту певного виду продукції пропозиція є знаряддям дотримання продовольчої безпеки, якщо буде доступною для покупців та споживачів і будуть дотримані характеристики продукції. Для ринку агропродовольчої продукції характерною є динамічна об'єктова (товарна) структура (табл. 3.1). Показником структури внутрішнього споживання сільськогосподарської та продовольчої продукції є динаміка структури внутрішнього ринку агропродовольчої продукції, яка може непрямо вказувати на якість життя населення, яке виступає учасником при формуванні попиту на внутрішньому ринку. кон'юнктура певного ринку формується співвідношенням попиту та пропозиції . Аналізуючи попит та пропозицію певного об'єктового ринку, потрібно виділити саме попит який є інструментом створення кон'юнктурних параметрів ринку

Результати виконаних досліджень свідчать про те, що не дивлячись на достатньо стабільний обсяг внутрішнього ринку аграрної продукції, його структура є досить динамічною.

Динаміка структури внутрішнього ринку агропродовольчої продукції*

Вид продукції	Питома вага в структурі обсягу внутрішнього ринку агропродовольчої продукції по роках, %					
	2010	2015	2017	2018	2019	2020
Продукція сільського господарства	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
продукція рослинництва	70,5	75,9	77,4	78,9	79,1	77,3
культури зернові та зернобобові	27,1	32,4	32,0	33,6	35,2	33,9
культури технічні	21,0	25,0	26,9	28,4	28,6	26,5
картопля, культури овочеві та баштанні продовольчі	14,5	13,0	12,9	12,1	11,4	12,9
культури плодові та ягідні, виноград	2,7	2,5	2,3	2,6	2,1	2,2
культури кормові	2,4	1,7	1,5	1,4	1,3	1,3
інша продукція рослинництва	2,8	1,3	1,8	0,8	0,5	0,5
продукція тваринництва	29,5	24,1	22,6	21,1	20,9	22,7
сільськогосподарські тварини (вирощування)	13,8	11,8	11,2	10,8	10,9	12,0
молоко	10,7	7,9	7,4	6,7	6,3	6,7
яйця	4,2	3,3	2,9	2,8	2,8	3,1
вовна	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
інша продукція тваринництва	0,8	1,1	1,1	0,8	0,9	0,9

* розраховано за даними Державної служби статистики України

При цьому природа структурних зрушень вказує на певне покращення якості споживання, адже збільшення питомої ваги в м'яса усіх видів та овочів (табл. 3.1) є підсумком споживацьких інтересів населення та певної стабілізації його добробуту. Потрібно пам'ятати, що динаміка цін на різні види продовольства суттєво різниться, що також виступає структуроутворюючим чинником, який грає важливу роль при аналізі процесів формування кон'юнктурних характеристик внутрішнього ринку.

Аналіз показників в табл 3.1 вказує на суттєве покращення структури виробництва та споживання. Такий стан вказує на тенденції у напрямі щодо поглиблення спеціалізації у виробництві та пропозиції агропродовольчої

продукції, насамперед, в сільському господарстві.

Також, аналізуючи структуру внутрішнього ринку аграрної продукції, потрібно не забувати про ціновий фактор (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Індекси цін основних видів аграрної продукції в Україні*(табл. 6.24 Звіту
zb_sg_20)**

Вид продукції	Ланцюговий індекс цін по видах продукції, %					
	2010	2015	2017	2018	2019	2020
Підприємства						
Продукція сільського господарства	130,0	154,5	111,5	109,3	92,4	119,2
Продукція рослинництва	139,8	167,2	107,3	109,8	91,2	122,9
Культури зернові та зернобобові	140,3	156,6	109,2	116,2	91,4	121,1
Культури олійні	142,6	182,8	104,2	102,9	88,8	126,6
Буряки цукрові фабричні	115,4	160,5	98,1	89,5	101,5	114,8
Картопля	164,3	79,9	127,1	108,7	144,9	94,6
Культури овочеві	143,0	142,7	112,4	104,3	117,0	82,1
Культури плодові та ягідні	118,0	163,7	134,4	72,5	100,4	127,5
Продукція тваринництва	114,3	141,3	130,7	108,6	96,8	103,0
Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	104,2	138,6	140,1	104,4	97,8	99,1
Молоко	155,5	120,8	131,0	104,6	107,5	107,9
Яйця	116,3	167,5	104,3	127,0	76,7	102,7
Вовна	120,7	190,7	70,0	98,8	100,3	40,1
Господарства населення						
Продукція сільського господарства	135,5	135,2	122,9	110,4	109,3	112,0
Продукція рослинництва	143,7	149,9	116,6	109,8	110,2	117,0
Культури зернові та зернобобові	154,1	149,8	112,8	115,8	90,4	116,7
Культури олійні	154,3	188,1	102,1	104,9	82,1	143,4
Буряки цукрові фабричні	133,0	280,6	86,0	94,8	–	–
Картопля	157,8	110,6	153,5	87,6	212,3	80,2
Культури овочеві	154,7	179,3	144,1	97,4	158,8	110,6
Культури плодові та ягідні	110,9	113,7	130,2	68,0	199,5	92,9
Продукція тваринництва	127,1	120,3	133,0	112,2	107,3	103,6
Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	95,0	137,7	125,3	120,4	100,1	105,1
Молоко	149,9	111,6	136,7	109,1	110,1	103,6
Яйця	116,5	146,5	112,1	122,4	96,6	97,4
Вовна	99,7	218,9	131,3	101,4	–	–

* розраховано за даними Державної служби статистики України

Провівши аналіз цінової динаміки за видами основної продукції, розподіленої на ринку, визначено вплив цінового компоненту на результати

аналізу структури ринку в аспекті внутрішнього споживання. Водночас, завдяки зіставленню даних динаміки обсягів розподілу продукції з даними динаміки цінових індексів видів продукції можна визначити правильне розуміння стану товарної структури внутрішнього ринку і тенденцій розвитку.

В табл 3.2 проаналізовано вплив цінової складової на продуктову структуру внутрішнього ринку шляхом порівняння ланцюгових індексів цін на основні структуроутворюючі види аграрної продукції з величинами приросту або зменшення питомої ваги цих товарів у структурі внутрішнього ринку агропродовольчої продукції

Показниками основних кон'юнктурних властивостей внутрішнього ринку агропродовольчої продукції є такі:

- обсяг внутрішнього виробництва сільськогосподарської та харчової продукції;
- обсяг експорту агропродовольчої продукції;
- обсяг імпорту агропродовольчої продукції;
- обсяг внутрішнього споживання агропродовольчої продукції.

Пропонуємо провести класифікацію структуроутворюючих факторів створення кон'юнктурних характеристик та швидкості і ступеню впливу на продуктову структуру ринку, шляхом виокремлення активних і пасивних чинників створення кон'юнктури (рис 3.1).

Створення кон'юнктури агропродовольчої продукції спричинено впливом п'яти активних факторів формування попиту:

- ✓ цінових (рівня цін на окремі види продукції та структури витрат кінцевих споживачів, зокрема, питомої ваги витрат на харчування в структурі використання доходів населення);
- ✓ структурного (досягнутих норм споживання окремих видів продукції кінцевими споживачами);
- ✓ об'ємних (динаміки чисельності населення, як основного споживача агропродовольчої продукції, та динаміки потреб харчової та

переробної промисловості у сировині).

На формування пропозиції впливають три активні фактори, до складу яких відносяться ціновий фактор (динаміка цін продукції, що розподіляється на внутрішньому ринку агропродовольчої продукції), ефективність внутрішньої переробки сільськогосподарської сировини для реалізації на внутрішньому ринку, а також динаміка обсягів імпорту сільськогосподарської сировини для її переробки всередині країни та тенденції його державного регулювання; та два пасивні фактори - зміни в рівні доходів населення та ефективність внутрішнього виробництва сільськогосподарської сировини.



Рис. 3.1. Фактори кон'юнктури ринку продукції аграрних підприємств

Розрахунки показали, що ступінь відповідності обсягів пропозиції продукції аграрних підприємств раціональним нормам споживання основних видів агропродовольчої продукції, наразі є задовільним, а по зерну та

продуктам його переробки навіть перевищує потреби для внутрішнього споживання у 2,9 рази (рис. 3.2).

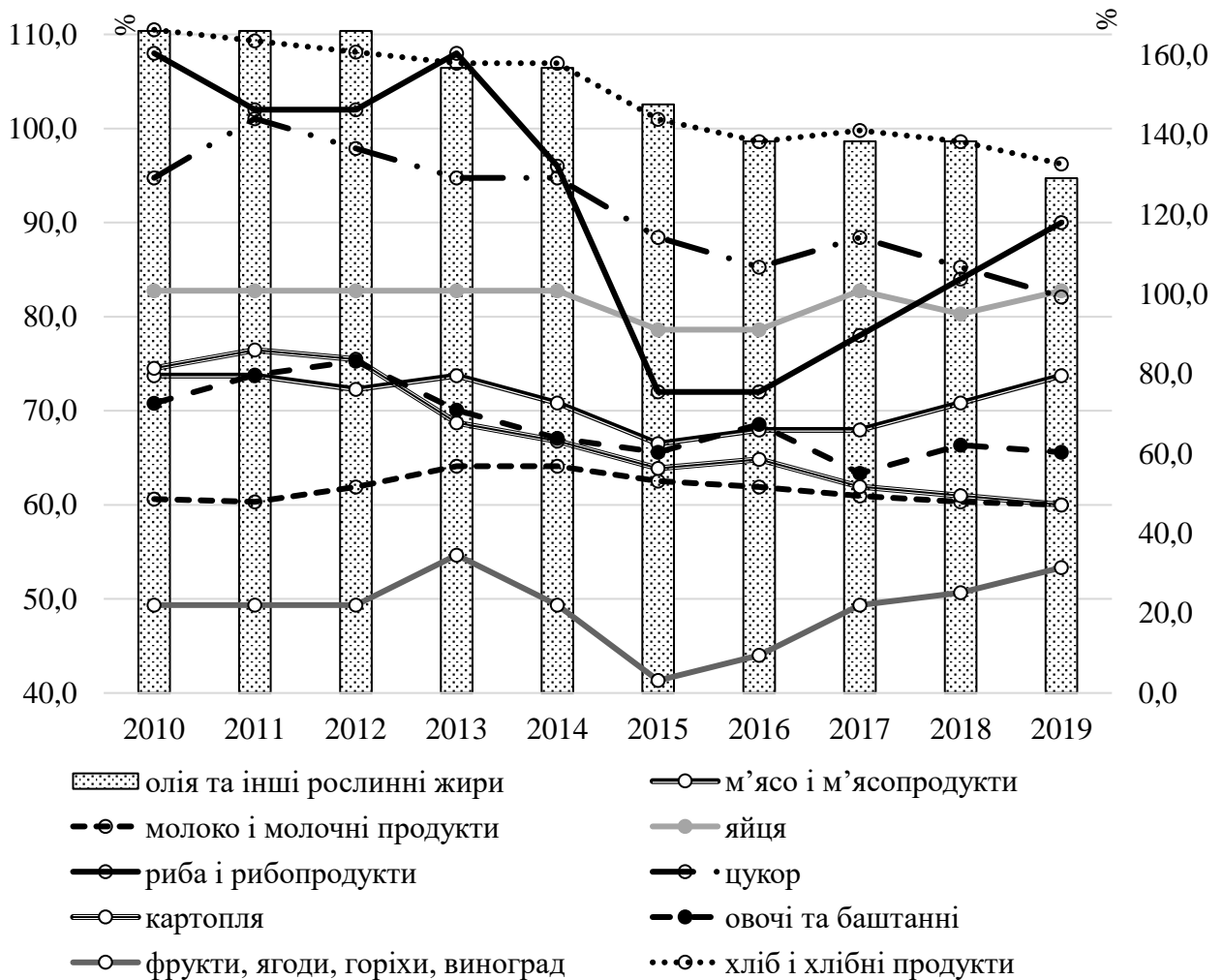


Рис. 3.2. Частка споживання продуктів харчування населення України від рекомендованих норм

При цьому факт наявності необхідних обсягів утвореної пропозиції продукції аграрних підприємств не гарантує безпечності для споживання. Особливої уваги потребує питання забезпечення інфраструктурою управління продовольчою безпекою в системі менеджменту аграрних підприємств, так як підприємство відповідає на регуляторні впливи державних інститутів та інституцій приймаючи та реалізуючи відповідні управлінські рішення. В залежності від таких чинників як розмір підприємства, його спеціалізація та масштаб виробництва, рівень взаємодії підприємства-товаровиробника з

державними інституціями, центрами сертифікації буде диференційованим і буде релізовуватися у формі державно-приватного партнерства .

Аналіз обсягів виробництва валової продукції в сільському господарстві України в 1990-2020рр. вказує на його значні коливання (табл. 3.3) як в цілому по галузі, так і в аграрних підприємствах. Причинами коливань, на нашу думку, є як загальна криза галузей, так і неефективна організація реформування аграрного сектору.

Таблиця 3.3

Динаміка валової продукції сільського господарства (в постійних цінах 2016р.) України в 2010-2020 рр. табл 2,9

Роки	В цілому по галузі, млн. грн.			Сільськогосподарські підприємства, млн. грн.		
	Разом	в тому числі		Разом	в тому числі	
		рослин-ництво	тварин-ництво		рослин-ництво	тварин-ництво
2010	467474,7	329646,3	137828,4	256806,0	200914,6	55891,4
2015	596832,8	453016,9	143815,9	367738,8	299369,3	68369,5
2017	620475,6	480157,0	140318,6	391015,8	323724,5	67291,3
2018	671294,0	529347,5	141946,5	437998,6	367688,1	70310,5
2019	680982,4	538705,6	142276,8	449806,3	376789,7	73016,6
2020	612121,5	473377,0	138744,5	395717,7	323198,2	72519,5
2020 р. до 2010 р, (+,-)	144646,8	143730,7	916,1	138911,7	122283,6	16628,1

* За даними Державної служби статистики України

Діяльність аграрних підприємств вимагає постійного удосконалення, адже не відповідає оптимальним умовам функціонування в умовах ринку. Порівняно з 1990р. вироблена на кінець досліджуваного періоду продукція має значно менші обсяги, що вказує на наявні проблеми в галузі. Найбільш критична ситуація в галузі спостерігалась в період з 2000 по 2006рр., коли кількість виробленої продукції була найменшою. З 2007р. спостерігається поступове і нерівномірне зростання виробництва, але показників умовно

стабільного 1990р. не було досягнуто. Коливання обсягів виробництва відображає загальний стан розвитку виробництва та його диспропорційність в результаті значного скорочення в галузі тваринництва.

При порівнянні стану виробництва продукції в сільському господарстві області з тенденціями в національному господарстві (табл. 3.4) відмітимо, що реформування внесло значні зміни до організації процесу виробництва. Затяжні кризові процеси і в області призвели до значного скорочення обсягів виробництва, як в кількісному так і в якісному виразі. Характерним є те, що виробництво продукції рослинництва стає домінуючим для більшості сільськогосподарських товаровиробників всіх організаційно-правових форм господарської діяльності. Його обсяги в 2018р. зросли порівняно з 1990р. на 37,4 %. Виробництво продукції тваринництва поступово скорочується, рівень зменшення склав 55,67 %.

Таблиця 3.4

Динаміка виробництва продукції сільського господарства у Харківській області в 2018-2020 рр.(у постійних цінах 2016 року, млн. грн)

Показники	2018р.	2019р.	2019р. в % до 2018р.	2020р.	2020р. в % до 2019р.
Господарства всіх категорій					
Усього	37525,2	38462,8	102,5%	37700,8	98,0%
Продукція рослинництва	31615,4	32339,4	102,3%	32017,3	99,0%
Продукція тваринництва	5909,8	6123,4	103,6%	5683,5	92,8%
Сільськогосподарські підприємства					
Усього	23428,0	25195,0	107,5%	25766,7	102,3%
Продукція рослинництва	20907,7	22356,1	106,9%	22994,8	102,9%
Продукція тваринництва	2520,3	2838,9	112,6%	2771,9	97,6%
у тому числі фермерські господарства					
Усього	4261,3	4811,0	112,9%	4906,6	102,0%
Продукція рослинництва	4199,2	4754,9	113,2%	4848,0	102,0%
Продукція тваринництва	62,1	56,1	90,3%	58,6	104,5%
Господарства населення					
Усього	14097,2	13267,8	94,1%	11934,1	89,9%
Продукція рослинництва	10707,7	9983,3	93,2%	9022,5	90,4%
Продукція тваринництва	3389,5	3284,5	96,9%	2911,6	88,6%

* За даними Державної служби статистики України

Спостерігається зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в господарствах населення, але його зростання не виявилось стабільним і в даній групі товаровиробників.

В цілому по області виробництво валової продукції сільського господарства (у постійних цінах 2010р.) в 2020 р. склало 14,6 млрд. грн, що більше проти 2013 року на 64,11 %, а проти 1990р. – менше на 6,1 %. Відповідно, обсяги виробництва базового рівня теж в галузі не досягнено. Тенденція до спаду обсягів виробництва є стійкою, що особливо чітко визначається саме для сільськогосподарських підприємств, в тому числі й для фермерських господарств. Статистичні дані по Харківській області підтверджують, що за обсягом валової продукції сільського господарства область займає одне з провідних місць серед регіонів України (6 місце на початок 2020 р.). Щодо темпів зростання виробництва, то в 2020 р. індекс сільськогосподарського виробництва порівняно з відповідним періодом 2019 р. склав 89,7%. В 2020 році зібрано 2987,9 тис.тзернових та зернобобових культур, у тому числі 2117,7 тис.т пшениці озимої та ярої; 516,5 тис.т ячміння озимого і ярого; 176,8 тис.т кукурудзи; 104,2 тис.т зернобобових культур; а також 21,5 тис.т проса; 19,5 тис.т гречки, 18,4 тис.т вівса; 12,1 тис.т жита озимого. Разом з тим, було вироблено 1077,6 тис.т картоплі; 628,4 тис.т соняшнику; 540,2 тис.т овочей відкритого ґрунту; 263,0 тис.т цукрових буряків фабричних; 699,3 тис.ц плодоягідних культур; 365,6 тис.ц сої; 109,4 тис.ц ріпаку озимого та ярого.

В тваринництві вироблено 453,9 тис.т молока, 443,5 млн.шт яєць. За розрахунками, на 1 листопада 2019 р. у господарствах області налічувалося 205,5 тис. голів великої рогатої худоби, 91,5 тис. голів корів, 271,8 тис. голів свиней, 78,7 тис. голів овець та кіз, 7,8 млн. голів птиці всіх видів. За січень-жовтень 2019 р. на забій реалізовано 55,3 тис.т худоби та птиці, у тому числі 8,5 тис.т великої рогатої худоби, 21,8 тис.т свиней, 24,9 тис.т птиці, з неї 24,2 тис.т бройлерів.

Станом на 1 січня 2020 р. в області налічувалось 207,3 тис. голів великої рогатої худоби (в т.ч. 99,1 тис. голів корів), 232,6 тис. голів свиней, 76,1 тис. голів овець та кіз, 9,5 млн. голів птиці. Впродовж 2019 р. поголів'я великої рогатої худоби збільшилась на 5,4 %, свиней – на 9,7%, овець та кіз – на 3,7%, птиці – на 6,1%, водночас, кількість корів зменшилась на 0,4%.

Визначаючи стан розвитку сільського господарства на кінець 2020 р. в Харківській області та Україні (табл. 3.5), зауважимо, що показники організаційно-економічної діяльності досліджуваного регіону не значно відхиляються від загальнонаціональних показників.

Таблиця 3.5

Порівняльна характеристика усереднених показників діяльності аграрних підприємств в Харківській області та Україні в 2020 р.

Показники	Україна	Харківська область	Показники Харківської області до показників по Україні (+,-)
В середньому у розрахунку на 1 підприємство:			
площа сільськогосподарських угідь, га	2271	2609	338
у т. ч. рілля	2176	2524	348
із загальної кількості сільськогосподарських угідь взято в оренду, %	98,4	97,6	-0,8
кількість працівників, осіб	64	59	-5
валова продукція сільського господарства у постійних цінах 2010 р., тис. грн.	15022	13978	-1044
вартість товарної продукції, тис. грн.	16711	18347	1636
сума прибутку (+), збитку (-) від реалізації продукції тис. грн.	2750	3050	300
У розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь тис. грн.:			0
виробничі витрати	584	534	-50
валова продукція сільського господарства у постійних цінах 2010 р.	662	536	-126
вартість товарної продукції	736	703	-33
сума прибутку (+), збитку (-) від реалізації продукції	121,1	116,9	-4,2
рівень рентабельності (+), збитковості (-), %	19,7	19,9	0,2

* За даними Державної служби статистики України

За загальною площею оброблюваних земель, в середньому, показники сільськогосподарських підприємств Харківщини в цілому дещо більші за

показники України – на 338 га, а по показникам обсягів ріллі в обробці перевищення склало 348 га.

Значний обсяг орендованих сільськогосподарських земель (в першу чергу ріллі), спричинює підвищення протиріч між інтересами виробників і інтересами землевласників, та в майбутньому може негативно впливати на родючість ґрунтів та їх відтворюваність, з однієї сторони, та знизити рівень віддачі від використання земель – з іншої.

Розміри оренди є високими як для області, так і для країни в цілому. Якщо в виробничій діяльності придержуються позиції що орієнтується на орендований ресурс, з нашої точки зору, це призведе до зниження ступеню зацікавленості в довгостроковій стратегії розвитку аграрних підприємств з формуванням культури збереження і розвитку виробничих традицій.

Вивчення показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств області в цілому показало що вони дещо нижчі за показники по Україні в цілому, що зумовлюється й більшими обсягами виробництва. Однак, кардинальної різниці в ефективності господарської діяльності в Україні та в області не виявлено.

За результатами проведеного аналізу можна стверджувати, що у 2020 р. сільськогосподарські підприємства як в цілому по Україні, так і по Харківській області не мають кардинальних відмінностей в господарській діяльності різних організаційно-правових форм. В цілому їх діяльність забезпечує значні обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, але вони не досягли рівня умовно стабільного 1990 року. Більшість підприємств в своїй діяльності орієнтуються на виробництво найбільш прибуткової на даний момент продукції, що на жаль супроводжується невисоким технологічним рівнем.

Спостерігається значний прекос в виробництві на користь рослинництва з відмовою багатьох підприємств від такої стратегічно важливої для національної безпеки галузі як тваринництво. Інші галузі, такі як садівництво, виноградарство, рибництво взагалі знаходяться в стані глибокого занепаду, що має негативний вплив на забезпеченість населення продуктами харчування.

Аналіз тенденцій останніх років свідчить, що за відсотком в структурі виробництва валової продукції сільського господарства, починаючи з 2015 р., переважають аграрні підприємства (табл. 3.6).

Аграрними підприємствами у 2020 р. вироблено 54,0% валової продукції сільського господарства, у тому числі 58,6% продукції рослинництва та 43,5% – тваринництва. Господарствами населення у 2020 р. вироблено, відповідно, 46,0%, у тому числі продукції рослинництва – 41,4% та продукції тваринництва – 56,5%. У структурі валової продукції за аграрними підприємствами у 2020 р. найбільший відсоток належав недержавним сільськогосподарським підприємствам (господарським товариствам, приватним підприємствам, виробничим кооперативам) – 53,0%. Стосовно рентабельності сільськогосподарського виробництва аграрних підприємств, то статистичні дані свідчать про те, що серед недержавних підприємств рентабельнішими є приватні підприємства (34,2%) та господарські товариства (26,4%). Нижчий рівень рентабельності мають державні підприємства (4,2%). У розрізі за видами продукції рослинництва у структурі виробництва зберігається переважаюча тенденція вирощування зернових та зернобобових культур, цукрових буряків, соняшника. Так, у 2020 р. даний показник становив, відповідно, 78,1%, 91,3%, 75,0%. При вирощуванні картоплі, овочів, плодів і ягід провідні позиції займають господарства населення, а саме: відповідно, 96,7%, 85,7%, 81,6%.

Тенденції пореформеного періоду суттєво вплинули на економічні показники діяльності сільськогосподарських підприємств (табл. 3.7).

Структура виробництва валової продукції сільського господарства (за категоріями господарств, %) (это же уже было, табл 3.1)

Показники	Роки							
	1990	1995	2000	2005	2013	2016	2018	2020
Аграрні підприємства								
Валова продукція – всього	70,4	54,1	38,4	40,5	48,3	51,8	50,7	54,0
у тому числі продукція рослинництва	81,1	63,5	49,3	48,6	53,6	56,7	55	58,6
продукція тваринництва	59,2	41,1	21,0	26,2	38,8	40,6	41,8	43,5
Господарства населення								
Валова продукція – всього	29,6	45,9	61,6	59,5	51,7	48,2	49,3	46,0
у тому числі продукція рослинництва	18,9	36,5	50,7	51,4	46,4	43,3	45,0	41,4
продукція тваринництва	40,8	58,9	79,0	73,8	61,2	59,4	58,2	56,5

Визначено, що аграрні підприємства мають значний потенціал конкурентоспроможності, рівень якого визначається розмірами, спеціалізацією та диверсифікацією виробництва.

Найвищий прибуток гарантують зернові й зернобобові, соняшник, овочеві й садово-городні культури. Якщо не дотримуватися сівозмін, не підтримувати тваринництво, обирати для садіння тільки прибуткові культури (енергоємні), всі ці фактори у майбутньому призведуть до погіршення природної родючості ґрунтів, зниження ефективності, що й призведе до зниження рівня розвитку потенціалу конкурентоспроможності підприємств.

Чистий прибуток від реалізації сільськогосподарської продукції зріс на 56,0 % у 2020 р., порівняно з 2015 р., та у 4,6 разів порівняно з 2013р. Сільське господарство за рівнем рентабельності стало прибутковим (у 2020 р. – 20,5%). Найбільш рентабельними видами продукції рослинництва останніми роками є соняшник (у 2017 р. – 45,8%), виноград (72,6%), цукрові буряки (15,7%). Щодо продукції тваринництва, можна виокремити лише виробництво яєць, рівень

рентабельності яких у 2020 р. становив 52,6%. Виробництво всіх інших видів продукції тваринництва оцінюється як збиткове. Дуже низький показник рентабельності виробництва молока (у 2020 р. – лише 2,3%).

Таблиця 3.7

Основні показники діяльності підприємств галузі сільського господарства

Показники	Роки					2020 р. у % до 2015 р.
	2013	2014	2015	2018	2020	
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	5744,3	7576,4	17253,4	25904,3	26960,8	156,3
Підприємства, які одержали чистий прибуток у % до загальної кількості	71,1	69,2	69,4	83,4	78,6	113,3
фінансовий результат, млн. грн.	11745,0	13961,6	22099,5	30938,4	33716,7	160,6
Підприємства, які одержали чистий збиток у % до загальної кількості	28,9	30,8	30,6	16,6	21,4	69,9
фінансовий результат, млн. грн.	6000,7	6385,2	4846,1	5034,1	6755,9	139,4
Рівень рентабельності всієї діяльності, %	7,7	8,7	17,5	18,8	20,5	117,1
Середньомісячна номінальна заробітна плата, грн.	1806	1906	2239	2633	3023	135

Аналізуючи структуру аграрних підприємств можна стверджувати, що більшість мають невелику площу землекористування. У 2020 р. налічувалося 27 270 сільськогосподарських підприємств з площею сільськогосподарських угідь до 50 га, що становить 48,8 % від загальної кількості (рис. 3.3). У користуванні цих підприємств знаходиться 625,3 тис. га сільськогосподарських угідь, водночас на 334 сільськогосподарських підприємствах (що становлять 0,6 % від загальної кількості) використовувалося понад 7,0 га сільськогосподарських земель.

Поголів'я тварин є суттєвим чинником, що впливає на обсяги виробництва продукції тваринництва. За аналізований період на аграрних підприємствах та в господарствах населення спостерігається зменшення кількості великої рогатої худоби. У 2020 р. цей показник становив 4646 тис. гол., що на 220 тис. гол. менше, порівняно з 2016 р., на 433 тис. гол. – з 2013 р. та на 4778 тис. гол. – з 2000 р. Таким чином, період нарощування поголів'я пішов на спад, хіба що з 2015 р. темп скорочення значно сповільнився. Позначилися наслідки реструктуризації великих аграрних підприємств, зміни в системі ціноутворення й погіршення демографічної ситуації на селі.

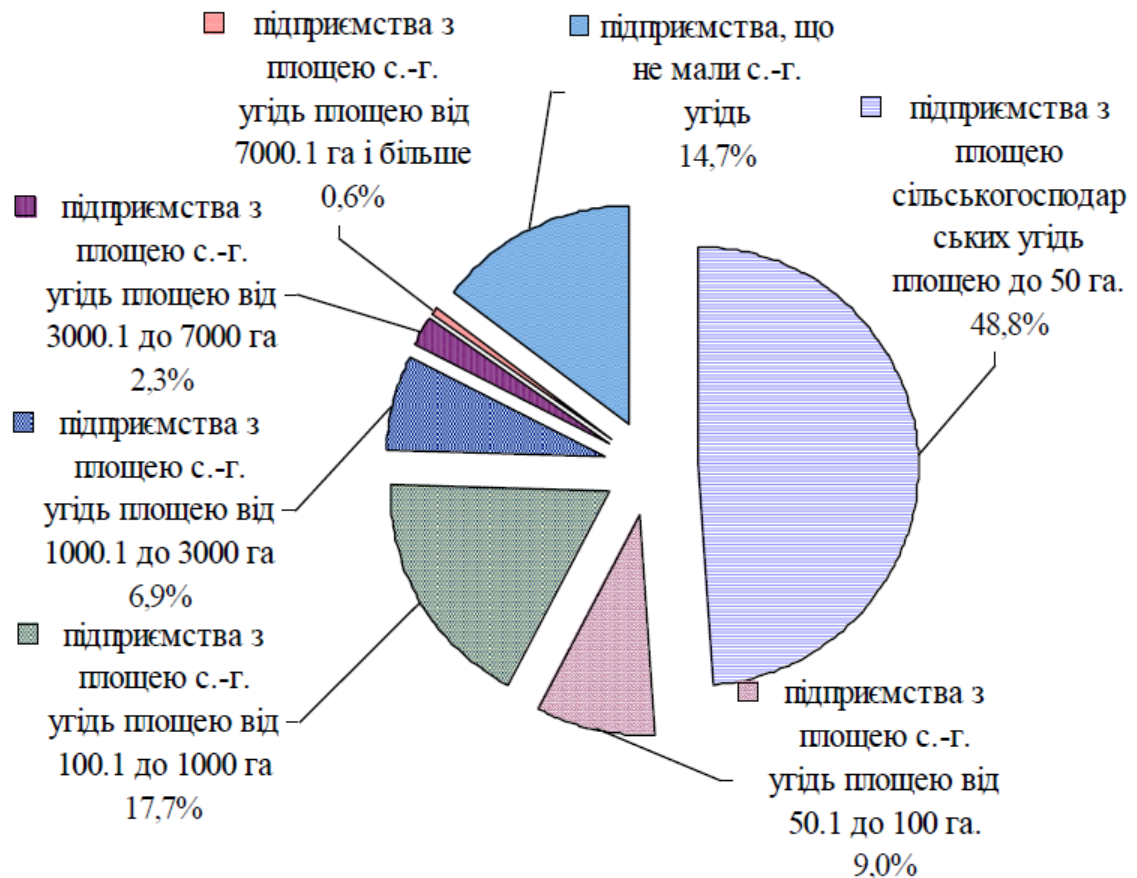


Рис. 3.3. Питома вага аграрних підприємств за площею угідь у загальній кількості сільськогосподарських товаровиробників у 2020 р.*

Кардинальні зміни у структурі виробництва сільськогосподарської продукції та трансформаційні процеси призвели до зміщення основної частини поголів'я сільськогосподарських тварин усіх видів у селянські

господарства. Так, в 2020 р. населення утримувало 71,1% від загальної кількості великої рогатої худоби, свиней – 53,7%, овець і кіз – 86,8%, а також 51,7% птиці всіх видів. Останні роки намітилася тенденція до зменшення поголів'я ВРХ, зокрема корів, і в цьому секторі (у 2020 р. на 36,3%, порівняно з початком 2000 р., та на 3,0% – порівняно з початком 2015 р.). Хоча господарства населення й надалі залишаються основними виробниками молока (у 2020 р. – 77,7 %).

За підтримки інноваційних та інвестиційних інструментів можливо забезпечити конкурентоспроможність аграрних підприємств у глобалізованому економічному просторі. Це впливає з того, що на світовому ринку інноваційні товари та послуги більш конкурентоспроможні у порівнянні з іншими їх видами і це гарантує стійкий розвиток аграрних підприємств.

Зазначене допоможе виокремити інноваційні аграрні підприємства та визначити як засіб непрямой допомоги у розвитку технологій і синергічної співпраці аграрних товаровиробників. Завдяки територіальній близькості взаємозалежних аграрних підприємств, створюється особливе поєднання основного виробництва.

Зазначене допоможе виокремити інноваційні аграрні підприємства та визначити як засіб непрямой допомоги у розвитку технологій і синергічної співпраці аграрних товаровиробників. Завдяки територіальній близькості взаємозалежних аграрних підприємств, створюється особливе поєднання основного виробництва.

В дослідженні запропоновано, обґрунтовано та апробовано методологічний підхід щодо ідентифікації пріоритетності критерію оцінки ефективності впровадження інновацій, який ґрунтується на врахуванні їх спрямованості до змін в сферах виробництва, збуту чи управління. Завдяки впровадженню інновацій в сферу виробництва, збільшаться обсяги виробництва продукції, підвищиться її якість, зменшення трудомісткості, зростання фондівіддачі тощо. Інновації в сфері збуту спричинять підвищення

доходів за рахунок цін реалізації продукції, підвищення рівня ритмічності збуту, елімінування дії сезонних факторів, зміни позиції підприємства в структурі каналів ринкового розподілу продукції, удосконалення маркетингу продукції, освоєння нових товарних та ринкових ніш. Відповідно, критерій на пряму інноваційної активності при оцінці ефективності інновацій доповнюється критеріями потреби в інвестиційних ресурсах та масштабу очікуваних ефектів, що дозволяє виконувати достовірну та всеохоплюючу оцінку інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрного підприємства, який, власне, і являє собою сукупність можливостей ефективного здійснення заходів, орієнтованих на прискорення та стабілізацію темпів економічного розвитку. Встановлено, що при оцінці рівня розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу аграрного підприємства потрібно враховувати напрям його спеціалізації, розміри підприємства та масштаби виробництва, а також особливості конкурентних переваг, які створюються при впровадженні інновацій. При цьому слід звернути увагу на те, що ключові конкурентні переваги лежать в цій площині, що обумовлюється сировинним характером більшості видів сільськогосподарської продукції, що виробляється.

Суттєво обмежують комплект інноваційних рішень як в сфері виробництва, так і в сфері збуту продукції пасивність аграрного виробництва, сировинний характер більшої частини сільськогосподарської продукції, застарілі технології її виробництва. Виникає потреба у раціональному виборі інноваційних рішень враховуючи специфіку діяльності підприємства, особливості формування та реалізації його економічного потенціалу, а також характер сприйняття інноваційним рішенням щодо інвестування в економіку підприємства.

3.2. Тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності вітчизняних аграрних підприємств та їх об'єктна спрямованість

Вивчивши діяльність операторів аграрного ринку, отримали висновок, що крупні агрохолдинги, які в більшості мають іноземні інвестиції, самостійно будують свої системи виробничого управління. На відмінну від останніх, вітчизняні сільськогосподарські підприємства обмежуються трекінгом техніки та контролем за використанням палива, електронними картами і журналами обліку, супутниковими моніторингами полів, автопілотування та диференційованого внесення хімії для сільгосптехніки, що становить 5-10% використання інновацій.

Але навіть вказані новітні технології, які мають лише покращувальний характер, не використовуються постійно та повно, що зводить нанівець бізнес-завдання отримання високих економічних результатів та формування необхідних конкурентних переваг для інвестиційної привабливості, загалом.

За даними Інституту аграрної економіки, в 2017 році загальний обсяг капітальних інвестицій у вітчизняне аграрне виробництво зріс з 49,7 млрд грн (2016 року) до 75 і більше млрд. грн або до \$2,8 млрд.

Динаміка інвестицій

у сільськогосподарське виробництво



Рис. 3.2. Динаміка інвестиційних ресурсів, залучених в сільське господарство України за 2010-2017 роки

Підставою ритму підвищення інвестицій у сільське господарство можна вважати, в першу чергу, ті, що зумовлюють сприятливу для аграрної галузі, у порівнянні з харчовою промисловістю, так звану фазу циклу Саймона Кузнеця. Вона почалась у 2010 р., коли через нестачу сировинної продукції виробничі можливості харчової промисловості були недовикористаними. Одночасно швидке зростання експорту аграрної продукції, викликало потреби в швидкому нарощуванні її обсягів. Так, на 1 грн капітальних інвестицій у харчову промисловість у 2017 р. спрямовувалось 3,38 грн у сільське господарство.

Доведено, що основними критеріями використання суб'єктами аграрного бізнесу, крім холдингового типу, певних стратегій розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу є результативність виробничо-комерційної діяльності та фінансово-економічний стан.



Рис. 3.3. Відносні економічні результати реалізації продукції аграрних підприємств в Україні

Це спричинено тим, що аграрні підприємства мають змогу впровадження будь-яких інновацій у виробництво лише за рахунок само інвестування. Таким чином, обсяги їх інвестиційного фонду являють собою власну отриману масу чистого прибутку, що є підґрунтям подальшого виробничого циклу, фінансовим інструментом пристосування новітніх управлінських прийомів господарювання, важелем отримання конкурентних переваг на ринку й перспективним напрямом розширеного відтворення в

аграрному виробництві, загалом.

В дослідженні проаналізовано діяльність вітчизняних аграрних підприємств шляхом групування за обсягами реалізації основних видів продукції галузі рослинництва. Слід відзначити, що були обрані найрентабельніші культури, що спричинено можливостями отримання більшої маси прибутку від реалізації (табл. 3.8-3.11).

Як вже було зазначено, саме прибутковість суб'єктів аграрного бізнесу є визначальним критерієм перспектив запровадження інновацій в основну виробничо-комерційну діяльність шляхом самофінансування.

Таблиця 3.8

Рівень економічної ефективності виробництва та реалізації основних видів продукції в Україні, %

Продукція	Роки	
	2020	2019
Продукція рослинництва і тваринництва	37,3	45,6
Продукція рослинництва	44,3	50,6
Зернові та зернобобові культури	37,7	43,1
Соняшник	61,9	80,5
Цукрові буряки (фабричні)	24,2	28,2
Продукція тваринництва	7,7	22,1
Велика рогата худоба на м'ясо	-24,9	-17,9
Свині на м'ясо	-4,6	12,7
Птиця на м'ясо	4,9	-6,1
Молоко	18,4	12,6
Яйця курячі	0,6	60,9

Джерело: узагальнено автором

При аналізі інвестиційної здатності товаровиробників як провідних учасників аграрного ринку, ефективним буде використання наступних показників: обсяг необхідного капіталу для можливостей функціонування на певних рівнях інфраструктури об'єктових ринків; результативність основної виробничо-збутової діяльності, яку за існуючим інформаційним забезпеченням слід характеризувати через отриману масу доходу та показники рентабельності, які в зазначених умовах й приймають роль базового показника інвестиційної привабливості.

**Групування сільськогосподарських підприємств, що займались
реалізацією пшениці по Україні у 2020 році**

	кількість підприємств		кількість реалізованої продукції	
	одиниць	у % до загальної кількості	тис. т	у % до загальної кількості
Підприємства - усього	7189	100,0	16437,6	100,0
з них із середньою ціною реалізації, грн за 1 т:				
до 1 500,0	22	0,3	11,9	0,1
1 500,1 - 2 000,0	45	0,6	11,6	0,1
2 000,1 - 2 500,0	123	1,7	205,8	1,3
2 500,1 - 3 000,0	278	3,9	268,4	1,6
3 000,1 - 3 500,0	1261	17,5	2039,3	12,4
3 500,1 - 4 000,0	3843	53,5	9127,3	55,5
більше 4 000,0	1617	22,5	4773,5	29,0

Таблиця 3.10

**Групування сільськогосподарських підприємств, що займались
реалізацією кукурудзи на зерно по Україні у 2020 році**

	кількість підприємств		кількість реалізованої продукції	
	одиниць	у % до загальної кількості	тис. т	у % до загальної кількості
Підприємства - усього	5026	100,0	16899,8	100,0
з них із середньою ціною реалізації, грн за 1 т:				
до 1 500,0	28	0,6	7,8	0,0
1 500,1 - 2 000,0	47	0,9	31,9	0,2
2 000,1 - 2 500,0	175	3,5	365,4	2,2
2 500,1 - 3 000,0	483	9,6	626,5	3,7
3 000,1 - 3 500,0	1824	36,3	4639,6	27,5
3 500,1 - 4 000,0	2097	41,7	9000,3	53,3
більше 4 000,0	372	7,4	2228,3	13,1

Проведені дослідження інвестиційного забезпечення аграрних підприємств Харківської області вказують на стрімкий ріст обсягів за останні роки. Викликано це збільшенням розмірів само інвестування суб'єктів аграрного бізнесу адже виникає потреба забезпечення спроможності

використання інноваційних стратегій розвитку виробничої складової їх господарської діяльності, шляхом безперервного оновлення матеріально-технічної бази

Таблиця 3.11

**Групування сільськогосподарських підприємств, що займалися
реалізацією кукурудзи на зерно по Україні у 2020 році**

	кількість підприємств		кількість реалізованої продукції	
	одиниць	у % до загальної кількості	тис. т	у % до загальної кількості
Підприємства - усього	5070	100,0	3478,9	100,0
з них із середньою ціною реалізації, грн за 1 т:				
до 1 500,0	37	0,7	10,9	0,3
1 500,1 - 2 000,0	38	0,8	5,6	0,2
2 000,1 - 2 500,0	147	2,9	53,3	1,5
2 500,1 - 3 000,0	430	8,5	124,3	3,6
3 000,1 - 3 500,0	1761	34,7	929,3	26,7
3 500,1 - 4 000,0	2138	42,2	1811,1	52,1
більше 4 000,0	519	10,2	544,4	15,6

¹ Сільськогосподарські підприємства, які займаються сільськогосподарським виробництвом і мають понад 200 га сільськогосподарських угідь (для фермерських господарств – більше 1000 га)

² Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. /

³ Без ПДВ, транспортних, експедиційних та накладних витрат. /

Суттєвими характеристиками при використанні сільськогосподарськими товаровиробниками стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку і подальшого одержання найвищих економічних ефектів від діяльності є ефективність виробничо-комерційної діяльності суб'єктів бізнесу та фінансовий стан. Вказані обставини зумовлюють певну

ситуацію на цільових ринках і рівновагу між економічними інтересами функціонально відокремлених суб'єктів виробничої сфери аграрного ринку.

Таблиця 3.12

Рівень економічної ефективності виробництва та реалізації основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах Харківської області, %

Продукція	Роки							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Продукція, разом	17,6	27,5	23,0	10,8	24,2	47,8	36,9	42,2
Продукція рослинництва	23,3	36,7	26,6	11,7	27,8	56,5	48,7	46,6
Продукція тваринництва	5,2	5,2	8,8	8,0	11,9	3,6	8,8	11,4
Зерно	-4,1	23,1	9,4	-1,2	28,6	37,7	44,8	43,5
Соняшник	61,1	69,0	60,8	35,3	29,9	87,3	68,1	62,1
Цукрові буряки	-27,5	18,4	16,1	2,3	26,5	9,6	8,9	6,4
М'ясо ВРХ	-40,7	17,6	-46,6	-55,2	-45,5	-39,9	-21,6	-15,2
М'ясо свиней	-15,1	-35,4	-14,4	0,0	0,0	0,7	2,3	1,6
М'ясо птиці	-38,7	-53,4	-44,2	-36,6	-14,7	-11,1	-1,9	1,3
Молоко	23,6	17,6	9,1	17,7	21,6	17,1	15,9	17,7
Яйця	22,1	47,1	56,1	36,2	53,6	15,2	26,1	19,8

Наслідки дії існуючого дисбалансу всередині учасників ринкової інфраструктури найбільше будуть виявлятися при умовах формування та функціонування сировинного сегменту аграрного ринку.

Наразі, через недосконалості статистичного інформаційного забезпечення щодо діяльності аграрних підприємств, можна провести аналіз лише окремих результатів через призму ефективності їх збутової діяльності.

Результати дослідження виробничо-комерційної діяльності окремих аграрних підприємств Харківської області показали невідповідність отриманих результатів до внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції. Значна частка підприємств отримали збитки по зазвичай рентабельним видам продукції (табл. 3.15).

Рівень економічної ефективності виробництва та реалізації основних видів продукції в сільськогосподарських підприємствах Харківської області, %

Продукція	Роки						
	2000	2013	2016	2017	2018	2019	2020
Продукція рослинництва і тваринництва	2,7	17,6	27,5	23,0	10,8	24,2	47,8
Продукція рослинництва	39,3	23,3	36,7	26,6	11,7	27,8	56,5
Продукція тваринництва	-35,9	5,2	5,2	8,8	8,0	11,9	3,6
Зернові та зернобобові культури	72,3	-4,1	23,1	9,4	-1,2	28,6	37,7
Соняшник	74,7	61,1	69,0	60,8	35,3	29,9	87,3
Цукрові буряки (фабричні)	39,6	-27,5	18,4	16,1	2,3	26,5	9,6
Велика рогата худоба на м'ясо	-46,9	-40,7	17,6	-46,6	-55,2	-45,5	-39,9
Свині на м'ясо	-36,7	-15,1	-35,4	-14,4	0,0	0,0	0,7
Птиця на м'ясо	-57,3	-38,7	-53,4	-44,2	-36,6	-14,7	-11,1
Молоко	-7,0	23,6	17,6	9,1	17,7	21,6	17,1
Яйця курячі	0,0	22,1	47,1	56,1	36,2	53,6	15,2

*складено за даними Головного управління статистики в Харківській області

Отримані підсумки дозволяють рекомендувати впровадження інноваційних систем в діяльність обраного підприємства. Застосування в діяльності аграрного підприємства лише однієї стратегії (стратегії виробничого забезпечення інноваційної діяльності) з великої кількості існуючих, значно ускладнює проведення аналізу ефективності інноваційних стратегій.

В дослідженні проаналізовано діяльність сільськогосподарського підприємства з урахуванням можливості реалізації інноваційної товарної стратегії (табл. 3.16). Для ТОВ «Профагро» пропонується стратегія підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції - стратегія розвитку ринку сої. Хоча вирощування сої є лише допоміжною підгалуззю на підприємстві, на нашу думку, враховуючи розвиток екологічного виробництва саме цей напрям стане одним з перших.

Структура реалізації основних видів продукції сільськогосподарськими підприємствами Харківської області за різними каналами, %

Продукція	Роки						
	2000	2013	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Переробним підприємствам</i>							
Зернові та зернобобові	3,2	2,0	2,1	2,6	2,5	2,7	2,0
Олійні культури	3,0	4,0	4,1	3,5	2,2	2,7	3,2
Цукрові буряки	94,5	74,1	70,4	76,5	80,8	71,1	52,6
Тварини (в живій масі)	19,9	23,5	24,8	17,8	28,0	37,3	47,5
Молоко	40,8	88,6	92,3	92,6	93,0	94,5	92,1
<i>За «іншими» каналами</i>							
Зернові та зернобобові	23,4	85,9	89,6	91,3	91,9	92,7	94,8
Олійні культури	30,5	94,5	94,5	95,5	97,1	96,9	96,4
Цукрові буряки	2,0	25,9	29,6	23,5	19,2	28,9	47,4
Тварини (в живій масі)	6,6	67,6	66,6	72,9	64,4	56,6	45,0
Молоко	7,7	7,9	4,2	4,3	4,3	3,1	5,7

*складено за даними Головного управління статистики в Харківській області

Таблиця 3.15

Рівень рентабельності виробництва та реалізації основних видів продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Зачепилівського району Харківської області у 2020 році, %

Підприємство	Кукурудза	Ячмінь ярий	Соняшник
ПП «Залиман»	-4,7	0,9	-
ПСП ім. Фрунзе	18,6	7,6	-15,8
СВК «Заповіт Леніна»	31,4	59,5	3,1
ТОВ «Вікторія»	33,2	9,2	8,0
ТОВ «Зачепилівський Агрошляхбуд»	16,8	-55,5	-13,1
ФГ «Зоря»	-27,0	21,9	31,8
ТОВ АП «Устинівське»	-14,2	-33,8	22,9
ТОВ «Руновщина»	-13,3	9,6	-11,2
ТОВ АФ «Вибір»	-23,3	5,1	7,6
ТОВ «Сільмаш»	1,7	3,5	3,1
ТОВ «Чернещина»	-20,4	-42,0	15,9
ТОВ «Дружбокряянське»	-21,3	0,9	8,7
ТОВ «Проагро»	-8,4	-15,6	4,7

Проводити дослідження потрібно через основні показники результативності виробничо-комерційної діяльності, зміну курсу якої слід

розглядати як стратегічний вектор розвитку інноваційно-інвестиційної моделі дослідженого підприємства.

Таблиця 3.16

**Економічна ефективність виробництва та реалізації сої у
ТОВ «Профагро» до та після запровадження змін інноваційної товарної
стратегії**

Показник	Фактичне значення	Заплановане значення	Відхилення (+/-)
Площа посіву, га	105	755	+650
Вироблено продукції, ц	3938	28312,5	+24375
Виробнича собівартість, тис.грн	1819,4	13080,66	+11261
Реалізовано продукції, ц	4432	28312,5	+23881
Повна собівартість, тис.грн	2146,3	13710,89	+11565
Дохід від реалізації, тис.грн	2298,7	14684,56	+12386
Прибуток (збиток), тис грн:	152,4	973,7	+821,27

**3.3. Ідентифікація потенціалу конкурентоспроможності в системі
стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю
аграрних підприємств**

Аграрний сектор вітчизняної економіки посідає провідне місце в економіці країни. В ньому сконцентровано більш ніж 10 % основних виробничих фондів, п'ята частина трудових ресурсів, сформовано основну масу продовольчих ресурсів та забезпечено майже три чверті продовольчого товарообігу. В країні закладені основи суб'єктів приватного господарювання в аграрній сфері економіки, реорганізовані колективні сільськогосподарські підприємства у нові агроформування, введені механізми кредитної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, послаблені дії податкового навантаження, здійснюються реалізації заходів ряду державних програм. Для залучення інвестиційних ресурсів створені необхідні передумови за основними пріоритетними для конкурентоспроможного розвитку суб'єктів аграрного бізнесу визначеними напрямками:

- нарощення обсягів виробництва продукції галезуй рослинництва та тваринництва;
- створення додаткових виробничих потужностей переробки аграрної сировини в сільській місцевості.
- налагоджено виробництво відновлювальних нетрадиційних енергоносіїв;
- запроваджено використання ресурсозберігаючих технологій вирощування сільськогосподарських культур, які сприятимуть поліпшенню використання ґрунтів та збереженності їх природної родючості;
- запроваджено органічне землеробство;
- розвинуто інфраструктуру аграрного ринку;
- покращано соціальну інфраструктуру для аграрного виробництва та розвитку сільських територій.

Проведення зовнішньої торгівлі сировинною сільськогосподарською та агропродовольчою продукцією постійно розширюється, а експортні обсяги продажів зростають швидше, ніж імпорتنі, завдяки виваженій зовнішньоторгівельній політиці. В Україні послідовно покращується система використання новітніх інструментів маркетингу, яка включає можливості розвитку інфраструктури аграрного ринку (функціонування товарних бірж, агроторгових будинків тощо).

Можна сказати про наявні тенденції щодо збільшення обсягів іноземних інвестицій, але, по-перше, їх розміри та темпи зростання залучення не в повній мірі відповідають потребам агропромислового виробництва. А по-друге, вони є можливими лише у практиці великих аграрних підприємств холдингового типу. Такі підприємства володіють пріоритетом і одночасно прибутковішими сферами для залучення іноземного інвестування діяльності. Зокрема, й інноваційної, є:

- формування інфраструктурного забезпечення щодо реалізації продукції агропромислового виробництва;
- надання виробничих та збутових послуг сільськогосподарським та

іншим суб'єктам агропромислового виробництва;

- запровадження високо продуктивних та інноваційних технологій по вирощуванню сільськогосподарських культур та утриманню поголів'я галузі тваринництва;

- органічне землеробство;

- оновлення та можливості модернізації на основі новітніх та інноваційних технологій, в перуш чергу, підприємств агропродовольчої промисловості, а також тих суб'єктів бізнесу, що займаються процесами заготівлі та зберігання сільськогосподарської продукції;

- створення виробничих потужностей та агросировинної бази для виробництва допоміжної продукції;

- розвиток технологій машинобудування та виробництво устаткування для м'ясомолочної, масложирової, борошномельної, круп'яної та хлібопекарської промисловостей;

- налагодження виробництва ефективних хімічних засобів захисту рослин і препаратів для ветеринарної медицини.

В перспективі аграрну політику потрібно скерувати до сталого розвитку агропромислового виробництва за принципом запровадження інноваційної діяльності суб'єктами аграрного бізнесу. А також через забезпечення агропродовольчої безпеки країни, затвердження повноцінного функціонування ринку землі, розвитку ринкової інфраструктури аграрного ринку, нарощення експортного потенціалу в аграрній сфері, застосування узгоджених положень з нормами СОТ та, зокрема, дієвих механізмів захисту вітчизняного аграрного ринку, формування умов для повноцінного розвитку сільських територій, які є невідємними територіальними базисами аграрного виробництва, загалом.

Аграрне виробництво країни наразі потребує значного інвестиційного забезпечення. За розрахунками ННЦ ІАЕ НААНУ, для оновлення аграрного інноваційного потенціалу та інвестиційного процесу його забезпечення потрібні обсяги інвестицій, еквівалентні 150 млрд. дол. США. Останнім часом

постають питання пріоритетності джерел інвестування аграрної галузі.

Потрібно активізувати інвестиційні процеси в аграрному бізнесі шляхом використання зовнішніх джерел інвестицій, за умов зменшення обсягів внутрішніх капіталовкладень та відсутності механізмів накопичення і використання внутрішніх ресурсів інвестицій. Поки що вони не відіграють ключової ролі у розвитку вітчизняного аграрного виробництва.

Наразі формуються негативні взаємозалежності в інвестиційному забезпеченні діяльності, особливо це стосується інноваційної діяльності. Зниження інвестиційної привабливості та можливостей господарюючих суб'єктів і держави напряму пов'язане із недоінвестуванням фінансовими ресурсами, що в свою чергу підсилює спад аграрного виробництва. Такі тенденції прослідковуються та підтверджуються скороченнями обсягів централізованого і децентралізованого інвестиційного фінансування та капіталовкладень щороку.

Можливості технічної модернізації аграрного виробництва є наразі актуальними проблемами реалізації результативної інвестиційної політики. Рівень техніко-технологічного забезпечення аграрних підприємств, при поліпшенні загальної ринкової ситуації у сільському господарстві поступово погіршується. Кількість техніки, яка використовується при виконанні основних, інноваційних та технологічних операцій, поступово зменшується. Питома вага функціонуючої техніки, яка відпрацювала виробничий фізичний ресурс, постійно збільшується. Постійне зменшення кількісного та якісного складу машинно-тракторних парків та їх балансової вартості в аграрних підприємствах призводить до зменшення ресурсних можливостей для залучення власних традиційних фінансових джерел оновлення та поповнення складу машинно-технологічних парків (таких, як амортизаційні фонди та прибуток). Звісно, основна проблема технічного оновлення – наявні фінансові ресурси. Необхідними для оновлення у повному обсязі машинно-тракторного парку є капіталовкладення у приблизному розмірі 350 млрд.грн.

Для забезпечення можливостей придбання техніки, використовується

нова форма інвестування суб'єктів аграрного сектора - запровадження фінансового лізингу. Використовуючи лізинг, аграрні товаровиробники отримують можливість для інноваційного виробництва застосовувати необхідну техніку і обладнання без одночасного оплати їх повної вартості та мобілізувати власні фінансові ресурси для закупівлі, а лізингові платежі оплачувати в періоди експлуатації вже купленої техніки. Якнайповніше використовуючи нову техніку, отримують можливість сплачувати за техніку від отриманих економічних результатів. Лізингоодержувачі отримуватимуть доступ до інформації на ринку і самі робитимуть вибір за характеристиками і марками необхідних машин, користуватимуться гарантіями заводів - виробників та іншими правами; спиратимуться на підтримку інших суб'єктів ринку лізингових послуг. Завдяки цьому поступово знижуватимуться розміри лізингових платежів на ставки банківського кредитування.

Потрібно створити такі умови, щоб у перспективі поживлявати лізингові взаємовідносини в аграрному виробництві. Одночасно потрібно продукувати основу для забезпечення оптимальної конкуренції на ринках лізингових послуг. Виходячи з цього потрібно, щоб лізинг був не засобом «проїдання» існуючих фінансових ресурсів суб'єктів аграрного бізнесу, а ефективним механізмом технічного переоснащення сільськогосподарського виробництва.

Потрібно звернути увагу на пропозицію щодо поступового відходу від залучення бюджетних ресурсів на закупівлю техніки та їх передачу аграрним товаровиробникам. Натомість доцільно розширити дію порядків використання бюджетних ресурсів на часткові компенсації вартості коштовної техніки, на операцію щодо придбання сільськогосподарської техніки по договорах фінансового лізингу, що укладені між сільськогосподарськими товаровиробниками та приватними лізинговими організаціями, створені при банківських установах або на заводах-виробниках.

Потрібно розуміти що розміри компенсації до 40% тільки від тієї суми, що відшкодуватиме вартість техніки без урахування окремих складових

лізингових платежів. Бази нарахування лізингових платежів будуть значно меншими і більш прийнятними для лізингоотримувачів при умові сплати аграрними підприємствами авансів та часткових компенсацій. Такі заходи дозволять залучити значні обсяги приватних капіталів в аграрний сектор економіки на довгостроковій основі.

Державну підтримку внутрішніх інвестицій зможуть забезпечувати незначні обсяги внутрішніх фінансових інвестицій, незважаючи на результативні механізми стимулювання їх залучення. Вони обмежуються факторами об'єктивного характеру, зокрема, бюджетними можливостями щодо визначеної підтримки та фінансовими ресурсами аграрних підприємств, що будуть спрямовуватись на інвестиційні цілі (орієнтовано 3-5 млрд.грн щороку) та факторами суб'єктивного характеру, на які малі та середні за розмірами вітчизняні аграрні формування не мають можливостей впливу.

Завдяки залученню прямих іноземних інвестицій підсилюється забезпечення внутрішнього ринку інвестиційною підтримкою. На сьогоднішній день, існуючий попит внутрішнього аграрного ринку на отримання іноземних інвестицій досить високий. Потреби в іноземних інвестиціях становлять більш ніж 40 млрд. дол. США, зокрема, у сферу аграрного виробництва – понад 7,5 млрд.дол.

Надзвичайно важливим завданням державної ваги є вирішення проблем інвестиційного характеру в сільському господарстві. Втрата технічного потенціалу аграрної галузі буде наслідком зволікання з вирішеннями інвестиційної проблеми забезпечення інноваційної діяльності у сільському господарстві. Інвестиційні проблеми в аграрному бізнесі, незважаючи на їх масштабність, можливо вирішити завдання прямих державних інвестицій полягатиме в забезпеченні ефективної реалізації обмежених державних пріоритетностей в аграрній галузі.

Потрібно регулювати економічні відносини у державі між всіма суб'єктами так, щоб вони мали змогу забезпечувати еквівалентні обміни між аграрним виробництвом та іншими спорідненими галузями і сферами

вітчизняної економіки, за допомогою методів економічного регулювання встановлювати лише економічно обґрунтовані і взаємовигідні ціни на залучення інвестиційних ресурсів. Через механізм розподільних взаємовідносин забезпечували однакову результативність й прибутковість виробництва у різних підгалузях і агропродовольчих підкомплексах аграрного виробництва.

З переліку головних складових елементів формування привабливого інвестиційного клімату в аграрному бізнесі виділяють обмеження негативних втручань органів державної виконавчої влади у реалії функціонування аграрного сектора. Завдяки проведенню вивіреної та цілеспрямованої політики щодо формування сприятливого інвестиційного середовища в аграрному виробництві відповідними органами державної виконавчої влади, будуть забезпечені та гарантовані можливості надходження додаткових фінансових інвестицій в агропромисловий ринок. З метою отримання фінансових ресурсів від іноземних інвесторів в аграрний бізнес передбачається:

- розширення кола спеціальних економічних зон пріоритетного розвитку з метою забезпечення постійного інвестиційного розвитку агропромислового виробництва;
- враховування традиційно низької привабливості аграрного виробництва для іноземних інвесторів,
- розроблення і впровадження механізмів залучення інвестиційних ресурсів з одночасним вирішенням питань земельного ринку, в першу чергу, в бік вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників;
- підвищення гарантійності і прав можливих інвесторів, зокрема, іноземних;
- налагодження автоматизованої інформаційної системи для забезпечення оперативних пошуків партнерів у сферах залучення іноземного інвестування,
- формування належного режиму використання консультаційного

обслуговування щодо окремих питань правового забезпечення, фінансування та страхування;

- створення державного реєстру потенційних іноземних інвесторів та банків даних про можливі об'єкти іноземного інвестування.

Для формування прозорих умов та вільного обігу інвестиційного капіталу необхідно здійснювати заходи щодо:

- забезпечення умов прозорості щодо прийняття рішень органами виконавчої влади;

- поширення практик публічності обговорень проектів, положень та нормативно-правових актів щодо вирішення питань інвестиційної діяльності;

- удосконалення існуючих механізмів фінансового оновлення підприємств;

- відбору можливих інвестиційних проектів за державним інвестуванням на конкурентних засадах;

- стимулювання діяльності суб'єктів аграрного бізнесу щодо страхування інвестиційних ризиків;

- створення банків даних про наявні інвестиційні проекти та окремих потенційних інвесторів;

- розвиток мереж аудиторських і консалтингових організацій;

- здійснення моніторингу міжнародних, національних та регіональних інвестиційних програм в аграрному виробництві;

- оприлюднення результатів запровадження у діяльність та результатів функціонування інвестиційних програм і проведених проектів.

Сучасні тенденції аграрного виробництва в розрізі залучення інвестиційних процесів для забезпечення можливостей запровадження інноваційної діяльності мають переважно несприятливий характер. У зв'язку з інвестиційним зниженням привабливості в аграрній сфері сформувались і продовжують загострюватись масштабні інвестиційні проблеми. Для їх вирішення необхідно:

- відрегулювати економічні відносини між суб'єктами аграрного

бізнесу та іншими суб'єктами галузей економіки;

- сформувати механізм кредитного забезпечення та залучення інвестиційної діяльності до товаровиробників;

- сприяти залученням у сільське господарство інвестиційних ресурсів з інших галузей, в першу чергу, переробної промисловості агропродовольчого ринку;

- запровадити механізми підтримки і стимулювання інноваційної діяльності та інвестиційної привабливості для розвитку аграрної сфери;

- реалізовувати інші заходи щодо інвестиційних питань.

Вирішення проблеми створення інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності, загалом, та формування інвестиційної привабливості, зокрема, є необхідними умовами, як для аграрного бізнесу, так і для країни в цілому. Головна вада сучасного вітчизняного аграрного виробництва виявляється у недостатньому рівні конкурентоспроможності, що є наслідком перетворень в минулому потужного індустріалізованого аграрного виробництва на окремі, в переважній більшості випадків, приватні, малопотужні та не зацікавлені в розширенні своєї основної діяльності підприємства.

Наразі крупні агрохолдинги, які в переважній більшості мають іноземні інвестиції, самостійно будують свої системи виробничого управління. На відмінну від останніх, вітчизняні сільськогосподарські підприємства лише в 5-10 % використовують інновації, які обмежуються трекінгом техніки та контролем за використанням палива, електронними картами і журналами обліку, супутниковими моніторингами полів, системами управління поливами, автопілотування та диференційованого внесення хімії для сільгосптехніки, виведення нових сортів та порід тощо.

Але навіть вказані новітні технології, які мають лише покращувальний характер, не використовуються системно та повномасштабно, що повністю нівелює бізнес-завдання отримання необхідних економічних результатів та формування конкурентних переваг для інвестиційної привабливості, загалом.

**Джерела інвестиційних ресурсів в сільському господарстві України,
млн грн**

Рік	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів							
		власних		вітчизняних інвесторів		іноземних інвесторів		інших джерел	
		усього	від загальної суми, %	усього	від загальної суми, %	усього	від загальної суми, %	усього	від загальної суми, %
2001	1757,1	1399,3	79,6	7,7	0,4	133,1	7,6	217,0	12,3
2003	1971,4	1654,0	83,9	55,8	2,8	58,5	3,0	203,1	10,3
2004	3013,8	2141,8	71,1	45,5	1,5	264,1	8,8	562,4	18,7
2005	3059,8	2148,4	70,2	93,0	3,0	130,0	4,2	688,4	22,5
2006	4534,6	3501,5	77,2	63,4	1,4	112,4	2,5	857,3	18,9
2007	5751,6	5045,4	87,7	28,1	0,5	157,9	2,7	520,2	9,0
2008	6160,0	5211,4	84,6	114,4	1,9	176,2	2,9	658,0	10,7
2011	10821,0	7969,7	73,7	144,8	1,3	321,8	3,0	2384,7	22,0
2012	11994,2	7264,0	60,6	336,9	2,8	115,4	1,0	4277,9	35,7
2013	7949,9	5169,4	65,0	127,0	1,6	1512,9	19,0	1140,6	14,3
2014	8045,5	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	30,0	771,9	9,6
2015	14333,9	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2016	11480,6	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2017	9562,6	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2018	7695,9	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,7
2019	13813,7	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2020	16877,2	16556,5	98,1	33,7	0,2	50,6	0,3	236,3	1,4

Малі та середні аграрні підприємства практично не отримують іноземних коштів, важливою умовою їх функціонування є наявність факту перевищення доходів порівняно з витратами, що дозволить виділити частину коштів на інвестиції. Такі системи формуються у державах Організації економічного співробітництва і розвитку, за винятком України, де маса продукції у цінах світових ринків не перевищує, а навпаки, менша за витрати ресурсів у відповідних світових цінах.

Національні експортери просувають сільськогосподарську продукцію і продовольство на світових ринках за демпінговими цінами, а фінансову вигоду отримують завдяки низьким орендній платі за землю, оплаті праці та цінам закупівлі продукції у малих і середніх товаровиробників. Тому вітчизняним суб'єктам аграрного бізнесу потрібно сподіватися на сприятливу

державну підтримку. При чому слід відзначити, що така практика поширена в багатьох країнах світу, зокрема, країнах ЄС. Міністерством економічного розвитку і торгівлі затверджено перелік найменувань техніки вітчизняного виробництва, за купівлю якої передбачені державні компенсації 20 % від її вартості.

Таке рішення сприятиме відновленню і збільшенню виробництва українськими машинобудівними заводами, адже така компенсація можлива лише за умови купівлі техніки виробництва Харківського тракторного заводу, «Південмашу», Хорольського ковальсько-механічного заводу, Карлівського машинобудівного заводу, Херсонського машинобудівного заводу тощо. Однак, базовою умовою отримання компенсації є 100 % оплата за техніку через державні банки.

За даними Інституту аграрної економіки, в 2017 році загальний обсяг капітальних інвестицій у вітчизняне аграрне виробництво збільшився з 49,7 млрд грн (2016 року) до 75 і більше млрд. грн або до 2,8 млрд. дол. США.

Причинами темпів зростання інвестицій у сільське господарство можна вважати, в першу чергу, ті, що зумовлюють сприятливу для аграрної галузі, у порівнянні з харчовою промисловістю, так звану фазу циклу Саймона Кузнеця. Вона почалась у 2010 р., коли через нестачу сировинної продукції виробничі можливості харчової промисловості були недовикористаними. Одночасно швидке зростання експорту аграрної продукції, викликали потреби в швидкому нарощуванні її обсягів. Так, на 1 грн капітальних інвестицій у харчову промисловість у 2017 р. спрямовувалось 3,38 грн у сільське господарство.

Базовими критеріями для використання суб'єктами аграрного бізнесу, крім холдингового типу, певних стратегій розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу є результативність основної виробничо-комерційної діяльності та фінансово-економічний стан. Це викликано тим, що

впроваджуються свої виробничі цикли і є можливість запровадження будь-яких інновацій у виробництво за рахунок само інвестування. Таким чином, обсяги їх інвестиційного фонду являють собою власну отриману масу чистого прибутку, що є стає основою подальшого виробничого циклу, фінансовим інструментом пристосування новітніх управлінських прийом господарювання, важелем отримання конкурентних переваг на ринку й перспективним напрямом розширеного відтворення в аграрному виробництві, загалом.

Висновки до розділу 3

1. Визначено конкурентні характеристики цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств. Виявлено, що конкурентні структури цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств визначаються як ринки олігопсонії та монопсонії на першому рівні маркетингової інфраструктури (взаємодія товаровиробників з першими посередниками). Результати вказаної ідентифікації є основою управлінських рішень щодо ринкової поведінки підприємства, використання інструментів підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств.

2. Аналіз динаміки залучення інвестицій вітчизняними аграрними підприємствами дозволив визначити позитивну тенденцію до зростання їх обсягів. Наслідком зростання інвестиційної привабливості підприємств-суб'єктів вітчизняного аграрного бізнесу та порівняно високого рівня економічної ефективності їх діяльності є зростання обсягів фінансових інвестицій та їх частки в структурі залучення інвестиційних ресурсів. Відбувається поступове зростання частки інвестування акумульованого прибутку підприємства в реалізацію проектів розвитку, що є наслідком

стабільного зростання рівня економічної ефективності діяльності підприємств, які успішно розвиваються.

3. Дане визначення поняття потенціалу конкурентоспроможності, як групи можливостей підприємства щодо створення стійких конкурентних переваг, та, безпосередньо, конкурентоспроможність продукції та підприємства, як результат імплементації вказаних переваг у виробничій та комерційно-збутовій діяльності. Відбувається процес уускладення структури залучених елементів та інструментів системи стратегічного управління, яка визначається процесом реалізації потенціалу конкурентоспроможності через реалізацію зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних переваг, характер яких визначається потенціалом підприємства та ситуацією на цільових ринках збуту.

РОЗДІЛ 4.

МЕХАНІЗМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ТА КОНКУРЕНТНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Архітектура та архітектоніка механізмів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств

Завдяки розробленню оргпроектів системи інвестиційних механізмів за підтримки раціональності і обґрунтованості створення, використання та поновлення ресурсного потенціалу, можна вирішити питання розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств. При цьому проявляються та провадяться в дію резерви активізації ефективності роботи підприємства.

Враховуючи використання принципу системності, основними завданнями управління підприємства є : зниження емергентності; підвищення синергічності; забезпечення адаптивності роботи підприємства. Створюються умови, щоб керівництво змогло спостерігати значиму сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених підсистем, які є частиною структури підприємства, що, в свою чергу, слугуватиме більш ефективному використанню інвестиційних механізмів щодо регулювання розвитку ресурсного потенціалу агропідприємств.

Маючи за основу створення сталих конкурентних переваг і організацію дієвих, змінюваних інвестиційних механізмів управління ресурсним потенціалом, одним з нагальних заходів щодо вироблення стратегії ефективного розвитку сільськогосподарських підприємств є опанування проблем створення та організація ресурсного потенціалу аграрного підприємства при взаємозалежності з чинниками економічного розвитку підприємств (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Мобілізація ресурсного потенціалу аграрних підприємств в створенні конкурентних переваг

Впроваджуючи передові ресурсозберігаючі технології та досягаючи при цьому максимального ефекту від вживання залучених ресурсів, можна розраховувати на отримання перспективи покращення інвестиційного забезпечення розширеного відтворення сільськогосподарських виробників від застосування альтернативних інвестиційних стратегій в умовах обмеженого доступу до інвестиційних ресурсів

Теперішнє теоретичне судження інвестиційного механізму інноваційного розвитку та його практична направленість повинні базуватися на концептуальних положеннях, що відзеркалюють його економічну сутність:

— інвестиційний механізм, як і фінансовий та кредитний, об'єктивно включені у загальну систему управління економікою;

—зміст інвестиційного механізму зумовлений природою та економічним значенням інвестицій, закономірностями їх розвитку, значенням у відтворювальних процесах, що, в свою чергу, щільно пов'язано з особливостями економічного устрою суспільства;

—інвестиційний механізм інноваційного розвитку виявляється у зворотній дії на загальноекономічний розвиток, має вплив на його якісні та кількісні параметри, темпи відтворювальних процесів та результативність держави та її суб'єктів у глобальному масштабі;

—формування та функціонування інвестиційного механізму інноваційного розвитку відбувається у зовнішньому оточенні, динамічність якого визначають необхідність його постійного удосконалення. Кожному новому періоду відповідають свої особливості функціонування інвестиційного механізму та його внутрішня будова;

— внутрішня структура механізму характеризується сукупністю взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, які залежно від періоду, дозволятимуть визначатися з відповідним набором форм, методів, інструментів та важелів, які забезпечуватимуть цілеспрямованість його функціонування;

—з метою забезпечення різних потреб суб'єктів економічних відносин під впливом прогресивних змін у світовому просторі та необхідності захисту національних інтересів у протіканні загальних глобалізаційних процесів потрібно забезпечити ефективне акумулювання та раціональне використання економічних ресурсів ;

— методологічне значення інвестиційного механізму інноваційного розвитку має комплексність його дії на досягнення завдань, обумовлених економічною стратегією розвитку національної економіки та відображеної в державній інноваційній та інвестиційній політиці.

Впорядкувавши погляди щодо визначення економічної сутності поняття «інвестиційний механізм управління розвитком ресурсного потенціалу» та близьких по суті понять, що вивчалися вітчизняними та зарубіжними

науковцями, нами було зроблено висновок, що інвестиційні механізми розвитку ресурсного потенціалу агропідприємств — це сукупність цілеспрямованих форм і джерел інвестицій, принципів, методів, інструментів та важелів впливу на накопичення та використання інноваційних ресурсів для розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств, а також система управління даними процесами, що має забезпечувати обґрунтування напрямів інвестування, максимізацію інвестиційної ефективності, зниження витрат та ризиків.

Специфіка елементів інвестиційної діяльності та умови функціонування певного сільськогосподарського підприємства впливають на архітектуру інвестиційних механізмів, які постійно розвиваються, з цього виникає потреба уточнення деяких ключових моментів наукових пошуків в даній сфері.

Основною метою інвестиційних механізмів розвитку ресурсного потенціалу агропідприємств є інвестиційне забезпечення розширеного відтворення сільськогосподарських товаровиробників при впровадженні передових ресурсозберігаючих технологій для досягнення максимального ефекту від використання залучених ресурсів.

Задля збільшення ефективності інвестиційного механізму управління ресурсним потенціалом підприємства, рекомендуємо досліджувати його в трьох спектрах: як інвестиційний механізм фінансування, механізм формування умов для впровадження інноваційно-інвестиційних заходів та інвестиційний механізм управління розподілу інвестиційних ресурсів (рис. 4.2).

Як бачимо інвестиційний механізм фінансування включає в себе інструментах, принципах та методах обґрунтування обсягів та співвідношення джерел залучення інвестиційних ресурсів, для другого механізму характерне – використання методичного інструментарію для формування придатних умов для цілеспрямованого інвестування в найбільш перспективні напрямки, а третій механізм містить управління використанням інвестиційних ресурсів в межах підприємства, вплив інвестицій на економічний розвиток підприємства

та на саму інвестиційну політику. Умови діяльності певного сільськогосподарського підприємства та специфіка елементів інвестиційної діяльності мають прямий вплив на архітектуру інвестиційних механізмів (рис.4.3).

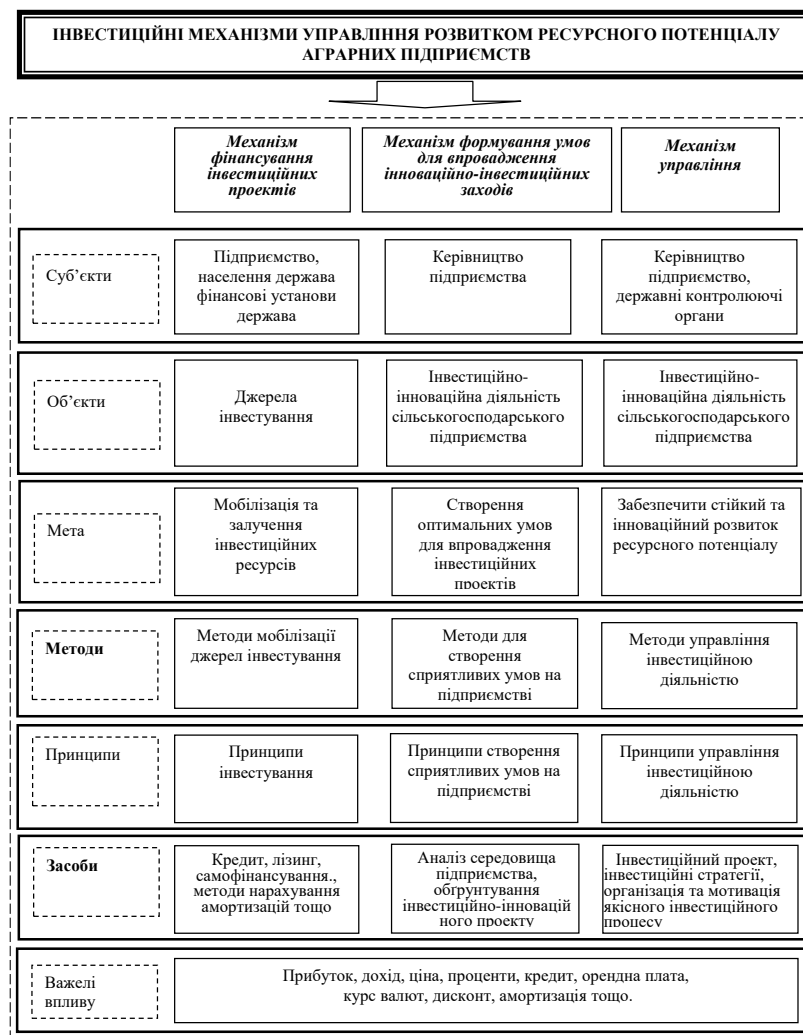


Рис. 4.2 Інвестиційні механізми управління розвитком ресурсного потенціалу аграрних підприємств

Інвестиційне планування, що виступає фундаментом для управління інвестиційною діяльністю аграрного підприємства, є процесом розроблення системи планів і планових(нормативних) ознак забезпечення підприємства потрібними інвестиційними ресурсами і підвищення ефективності інвестиційної діяльності в майбутньому періоді. Процес планування охоплює весь інвестиційний цикл, фази і стадії якого потребують свій визначений вид, характер планування, ступінь деталізації тощо.



Рис. 4.3. Складові інвестиційних механізмів формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств

На результативне функціонування інвестиційних механізмів впливає ефективність їх організаційного забезпечення, що становить організаційну структуру управління, яка гарантує здійснення функцій управління і

відповідає за результати управлінських рішень.

До механізму фінансування інвестиційних проектів відносять визначення напрямів інвестування, ідентифікацію потенційних джерел інвестування та прийняття управлінських рішень задля забезпечення інвестиційного процесу інвестиційними ресурсами у запланованому обсязі та у визначені терміни фінансування, що виступає в основних принципах механізму - достатності та системності. Не потрібно забувати і про такі важливі принципи - збалансованості ризиків, адже надзвичайно ризикові інвестиції доречно фінансувати за рахунок власних коштів (чистий прибуток і амортизаційні відрахування) і не обтяжувати підприємство борговими зобов'язаннями та принцип «вартість грошей у часі» - для забезпечення ефективності інвестицій витрати на залучення капіталу повинні бути нижчими від рентабельності інвестицій.

Механізм формування умов для впровадження інноваційно-інвестиційних заходів направлений на визначення напрямів інвестування, ідентифікацію резервів ресурсного потенціалу, розробка ресурсних стратегій та підготовку підприємства до впровадження інвестиційних заходів, таких як удосконалення застосування існуючих основних та оборотних засобів, покращення фінансового стану та ділової активності підприємства.

Управлінські заходи повинні ґрунтуватися на принципах самоорганізації, цілеспрямованості, економічності, адекватності та комплексності. Принцип самоорганізації – пристосування можливостей зовнішнього середовища та підкріплення їх зворотнім зв'язком. Принцип цілеспрямованості полягає в орієнтуванні на підвищення рівня ресурсного потенціалу підприємства та ефективності діяльності аграрного підприємства. Принцип економічності – раціональність та ефективність організації процесів використання ресурсного потенціалу. Принцип адекватності – доречність економічних методів управління суті відтворених ними процесів, а також відповідність прийнятих рішень змісту функцій персоналу. Принцип комплексності передбачає співпрацю ієрархічних ланок по вертикалі і горизонталі, яка направлена на

створення умов для впровадження інноваційно-інвестиційних заходів.

Механізм управління розподілом інвестиційних ресурсів зорієнтований на: формулювання та обґрунтування інвестиційних стратегій, програм, політик, тактик; управління грошовими потоками; контроль реалізації інвестиційних проектів тощо. При цьому важливими принципами є:

1) збалансування матеріальних і фінансових потоків – одержання та витрати коштів повинні відбуватися у встановлені терміни;

2) безперервна адаптація – адаптивний характер управління інвестиційною діяльністю забезпечує можливість випереджаючих дій на випадок непередбачуваних обставин;

3) досяжність – забезпечує реалізованість і реальність інвестиційних планових рішень;

4) принцип рефлексії – підприємством керує людина з її суб'єктивними інтересами і особливостями, тому приймаючи стратегічні управлінські рішення з інвестування потрібно пам'ятати що присутній вплив не тільки ступіню оцінки об'єктивних чинників, але і того як корелюються інтереси суб'єктів з їх рефлексіями.

Реалізація механізму інвестиційного забезпечення може відбуватися в залежності від джерел формування інвестиційних ресурсів у таких формах: самоінвестування, державне та інвестування за допомогою посередників.

Джерелами самоінвестування підприємства можуть бути: реінвестована частка чистого прибутку, амортизаційні відрахування, кошти від продажу активів та інші внутрішні джерела. Таку форму можливо використовувати лише за наявності високого рівня прибутковості сільськогосподарських підприємств та зростаючих темпів виробництва та реалізації продукції. Зовнішніми джерелами формування власних інвестиційних ресурсів підприємств є емісія акцій, залучення додаткового пайового капіталу та інше.

Прибуток на підприємствах розподіляється на частини: фонд споживання і фонд накопичення. Від процесу накопичення, який є елементом відтворювального циклу аграрних підприємств, залежить впровадження

результатів науково-технічного прогресу у сільськогосподарське виробництва, збільшення кількості та якості ресурсів підприємства, залучення додаткових працівників та підвищення кваліфікації існуючих, при цьому забезпечується підвищення ефективності функціонування підприємства. При підвищенні економії ресурсів в процесі виробництва та зростання продуктивності праці, також зростає отриманий прибуток

В умовах ринкових відносин, прибуток набуває нового значення та стає важливим джерелом фінансування сільськогосподарських підприємств.

До державних інвестиційних ресурсів можна віднести: асигнування з бюджетів різних рівнів, пільгове кредитування, страхування сільськогосподарських ризиків з державною підтримкою, зменшення податкового навантаження тощо.

При сприянні інвестиційних посередників можна додатково залучати довгострокові кредити банків, довгострокові кредити і позики небанківських фінансових установ, фінансовий лізинг та інші позикові джерела. Потрібно зауважувати на співвідношення власних та позикових засобів, коли потрібно визначитися з тим чи іншим методом інвестування.

Проводячи дослідження кредитно-інвестиційного посередництва, В.В. Корнєєв та С.В. Герасимова виділяють дві основні групи компонентів інвестиційного механізму: інституціональні та неінституціональні (приватні). До інституціональних інвестиційних посередників відносять банківські установи (НБУ, комерційні банки), фондові біржі, бюджетні організації (пенсійні фонди, страхові компанії), інвестиційні фонди та інвестиційні компанії тощо. Неінституціональними посередниками є спеціалісти, що проводять операції інвестування не створюючи юридичну особу. У процесі взаємозв'язку інституціональних посередників (моноінституціональних) виникли поліінституціональні компоненти інвестиційного посередництва — так звані об'єднання у вигляді асоціацій, консорціумів та ПФГ.

До групи компонентів інвестиційної діяльності також відносять вексельне кредитування, лізинг, торговельний кредит, факторинг та інші

схеми кредитування, у яких не застосовується кредитно-фінансовий механізм. Вексельними кредитами є банківські операції з врахування (дисконту) векселів і видачі позик під забезпечення векселів, використовуючи вексель, підприємство достроково отримує ліквідні кошти [182]. Це дозволяє вирішити низку управлінських завдань як кредитору, так і позичальнику. Завдяки лізингу, без значних початкових платежів підприємства галузі отримують необхідну техніку та обладнання у спеціалізованих лізингодавців.

Поняття Trade in (з англ мови «зворотній продаж») є відносно новим фінансово-інвестиційним інструментом для аграрних підприємств і розшифровується як процес заміни старої техніки на нову з частковою доплатою. Ця система встигла себе зарекомендувати в Америці та Європі в галузі сільського господарства. Основною її перевагою є можливість впровадження нових агротехнологій при відсутній достатній кількості оборотних засобів, за рахунок взаємозаліку.

Ефективність і дія інвестиційного механізму залежать від правового (законодавчі акти, постанови, накази та інші правові документи органів управління), нормативного (галузеві інструкції, затверджені норми та нормативи, методичні рекомендації та пояснення до нормативних документів) та інформаційного (економічна інформація про фінансовий стан аграрного підприємства, стан та умови фінансового та інвестиційного ринків, розвиток науки та техніки тощо) забезпечення. Менеджер, що якісно забезпечений інформацією, швидко приймає економічно важливі рішення, адаптує елементи інвестиційної стратегії до мінливих умов зовнішнього середовища, завдяки чому забезпечиться створення стійких конкурентних переваг та максимізацію прибутку.

Система фінансових інструментів — це комплекс зобов'язань, що забезпечують реалізацію визначених запланованих управлінських рішень підприємства: платіжні інструменти, кредитні та депозитні інструменти, інструменти інвестування та страхування і інші види фінансових інструментів.

Сільськогосподарське підприємство як відкрита система діє в певному

середовищі, тобто працює за правилами, що встановлені на певній території в певний період часу. Саму тому, на процес прийняття інвестиційних рішень впливають фактори зовнішнього середовища, які безпосередньо впливають на інвестиційну активність

Використовуючи спосіб, представлений на рис. 4.4, можливо конкретизувати архітектуру організаційно-економічного механізму стратегічного управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності з орієнтацією на здійснення впливу на обсяги та якість продукції в аграрних підприємствах .



Рис. 4.4. Механізм стратегічного управління конкурентоспроможністю, обсягами та якістю продукції в менеджменті аграрного підприємства

Одним із інститутів, який активно фінансує інвестиційні проекти є банківська система, але в теперішніх умовах банки мають сумніви щодо ризику і зобов'язують суттєво забезпечити кредит від позичальника. Мінливий фінансовий стан суб'єктів господарювання має негативний вплив на розвиток

кредитування інвестицій

Сьогодні, виходячи із стану аграрного сектора, надзвичайно важливими є диверсифікація інструментів кредитної підтримки сільськогосподарських виробників, нагромадження власних інвестиційних ресурсів суб'єктами аграрного підприємництва, врахування екологічного чинника при розробленні інвестиційної стратегії.

Отже, зазначимо, при вчасному та оптимальному поєднанні окремих управлінських методів та інструментів матимемо успіх у функціонуванні інвестиційних механізмів. Якщо слабкі сторони механізму будуть виявлені невчасно, це призведе до суттєвого зниження ефективності вкладених коштів, що актуалізує релевантність у прийнятті рішень стосовно здійснення інвестиційно-інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств.

4.2. Інтеграція інструментарію стратегічного управління конкурентним розвитком в системи менеджменту аграрних підприємств

В дослідженні аргументовано концептуальні положення побудови синтезованого організаційно-економічного механізму управління потенціалом конкурентоспроможності на інноваційно-інвестиційній основі. Дана концепція визначає будову належного механізму управління (рис. 4.5). Також вона характеризує пріоритетність інвестиційної діяльності підприємства, як джерела ресурсів підтримання стабільності його розвитку.

В процесі створення механізму управління розвитком сформовано результати декомпозиції та подальшого синтезу механізмів розвитку і управління розвитком підприємства. Такий механізм передбачає генерування та імплементацію інвестиційних стратегій підприємства в залежності від економічного потенціалу, місії та цілей діяльності, масштабів виробництва, розмірів, спеціалізації.

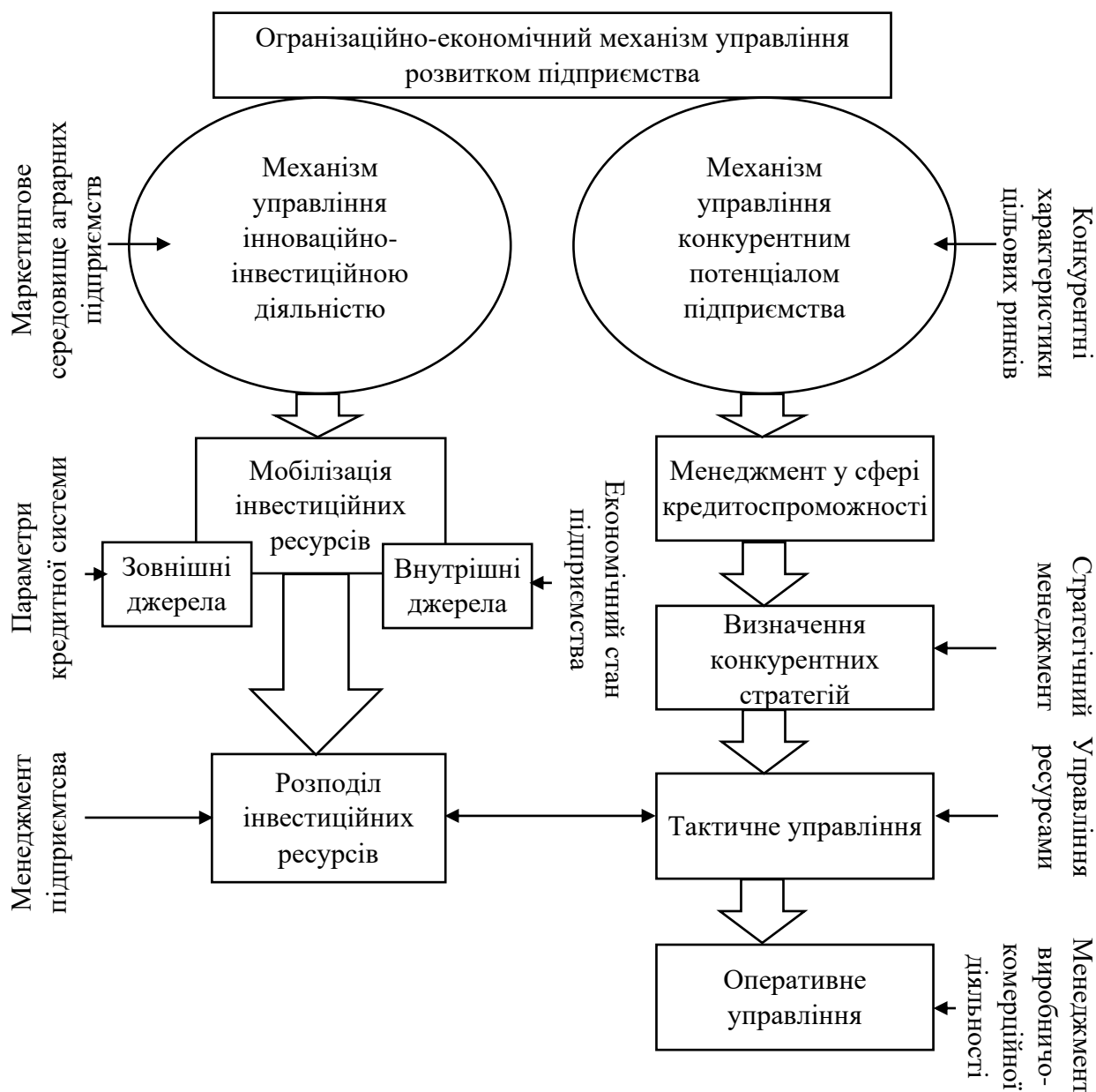


Рис. 4.5. Синтезований організаційно-економічний механізм управління інноваційно-інвестиційною діяльністю та конкурентоспроможністю аграрних підприємств

Механізм управління, який отримали шляхом виділення із синтезованого, містить елементи та компоненти, сполучення яких допоможе визначити напрями та сформувані процедури імплементації стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності. В свою чергу, інвестиції та потенціал конкурентоспроможності становлять основу інноваційного розвитку, а

інноваційна діяльність виступає основним чинником підвищення економічної ефективності та продовження життєвого циклу підприємства.

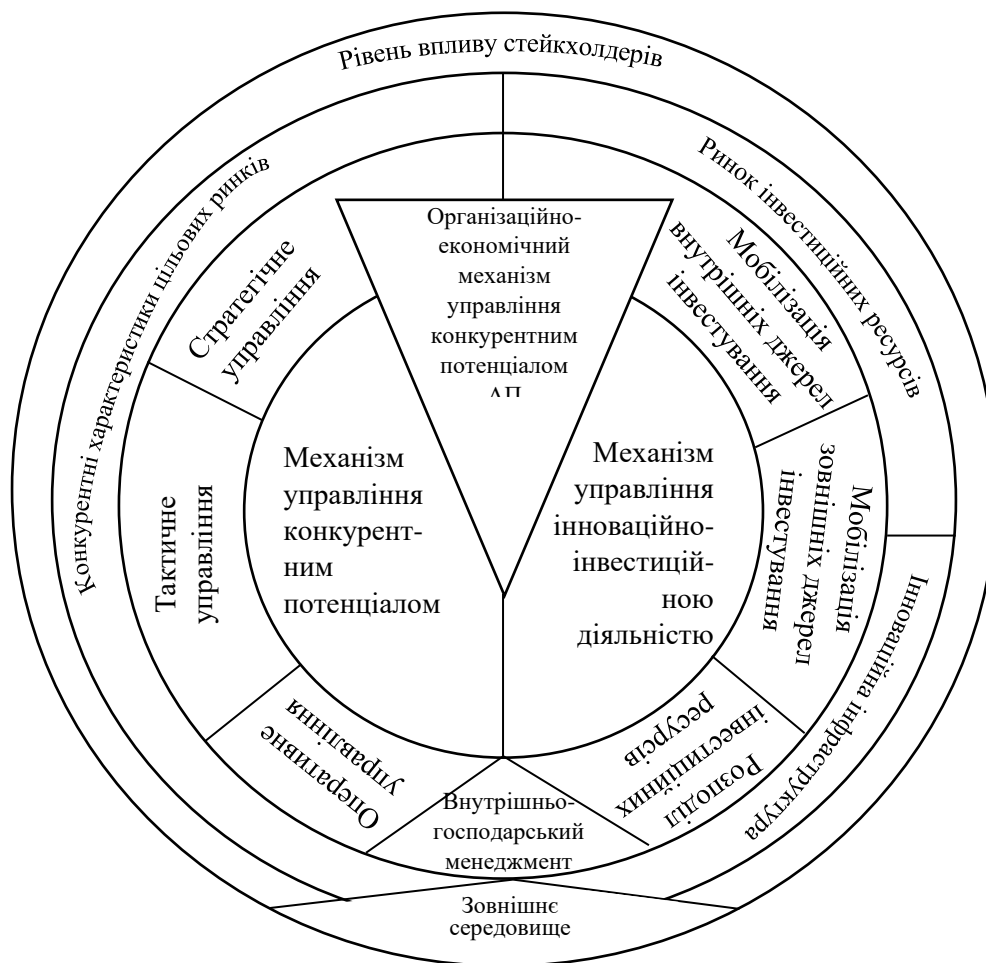


Рис. 4.6. Організаційно-економічний механізм управління конкурентним потенціалом аграрних підприємств

При цьому розвиток потенціалу конкурентоспроможності проводиться за такими ключовими напрямками як впровадження інновацій, що функціонально орієнтовані на зниження собівартості продукції (створення цінових конкурентних переваг), підвищення якості продукції (реалізацію потенціалу підвищення цін реалізації) і збільшення обсягів виробництва та реалізації (підвищення рівня доходів).

4.3. Ідентифікація стратегічних напрямів розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств

Узагальнюючи наукові позиції різних дослідників та пов'язуючи з предметно-об'єктною сферою та напрямом нашого дослідження, під поняттям «стратегічне управління розвитком» доцільно розуміти систему інструментів, важелів, факторів, дій, об'єктів, взаємозв'язків та суб'єктів їх опосередкування, поєднання яких забезпечує перехід економічної системи підприємства від одного стану до іншого в напрямі спрощення досягнення тих чи інших цілей діяльності. Виходячи із завдань, що потрібно вирішити, в контексті підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності, такими цілями повинні бути збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в аграрних підприємствах на фоні зростання рівня його економічної ефективності.

Виходячи із умов функціонування аграрних підприємств на об'єктових ринках, підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств є одним із складних та перспективних напрямів досліджень, що викликано особливостями провадження їх виробничої діяльності. Варто відзначити, що при впровадженні ефективної виробничо-господарської діяльності аграрних товаровиробників основні проблеми мають як комерційний, так і виробничий характер. Актуальною задачею проведення досліджень даного напрямку є адаптація існуючих теоретичних положень та виділення основних компонентів з подальшим використанням як комплексної стратегії.

Існує широке коло вже визначених в теорії стратегій конкурентної поведінки на ринку. Вони поєднуються у системі стратегій конкурентоспроможного розвитку підприємств і аналізуються як комплекс стратегій. Вони направлені для пристосування підприємств до мінливих умов конкурентного середовища та нарощування коротко- та довгострокових конкурентних позицій в умовах ринку. Зокрема, виділяють блок стратегій формування конкурентних переваг (стратегії контролю над витратами,

стратегії диференціації та стратегії фокусування), блок стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємств (товарно-ринкова й ресурсно-ринкова стратегії, технологічна стратегія, соціальна стратегія, фінансово-інвестиційні стратегії, організаційна та управлінська стратегії тощо), блок стратегій конкурентної поведінки підприємств на обраних цільових ринках (наступальні, оборонні та коопераційні стратегії). Через галузеву специфіку стратегії не можуть пристосуватися в повному обсязі до діяльності аграрних підприємств. Система конкурентних стратегій підприємств в теорії повинна містити стратегії формування конкурентних переваг, стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств та стратегії їх конкурентної поведінки. Неможливо швидко та повно впровадити вказані стратегії через ряд чинників організаційного, економічного та управлінського характеру, що виступає основною особливістю формування такого роду стратегій.

Розглядаючи проблеми організаційної частини, потрібно першочергово виділити таку стратегію підприємства при якій потрібне забезпечення використання вже існуючих виробничих потужностей підприємств. В аграрному виробництві роками формується техніко-технологічна база, проведення оновлення якої не є можливим для фактора швидкого реагування на зміни ринкового середовища.

В більшості випадків, стратегія формування конкурентних переваг, як стратегія диференціації, та основні виробничі стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств – товарно-ринкова, ресурсно-ринкова та технологічна стратегія не зможуть оновлюватись або взагалі застосовуватись до аграрних підприємств в короткостроковому періоді. Основним фактором що негативно впливає на підвищення конкурентоспроможності для аграрних підприємств є час, тому важливо швидко реагувати на ринкову ситуацію адже це одне з важливих та найважчих завдань, поставлених перед ними.

Пристосовуючи стратегії надбання конкурентних переваг чи так звані загальні стратегії конкуренції, сутність яких розкрита через матрицю за

канонічним підходом М.Портера, для умов функціонування аграрних підприємств, можна зробити наступні висновки.

Стратегія «лідирівання на базі зменшення витрат та/або ціноутворення» ґрунтується на оптимальності складових виробничо-управлінської системи, до яких можна віднести рівень виробничих потужностей; рівень витрат на сировину, матеріали, енергоносії; продуктивності праці, тобто стратегія зосереджена на високий рівень показників ефективності виробництва. З іншого боку, наведена стратегія сприятиме зменшенню інших характеристик конкурентоспроможного розвитку підприємств.

Використовувати конкурентні переваги низьких затрат потрібно за наступних умов:

- на ринку переважають методи цінової конкуренції;
- товар має вищий рівень стандартизації;
- витрати споживачів на товари конкуруючих підприємств будуть незначними.

Стратегії диференціації прогнозують використання складових через винятковість при виробництві та реалізації товарів, які мають значення для споживача. Завдяки перевагам, які відсутні у товарів-аналогів конкурентів, товаровиробники зможуть отримати додаткові вигоди. Ці вигоди становлять різницю між ціною товаровиробника та середніми цінами на обраних об'єктових ринках. Щоб забезпечити ефективність такої стратегії, потрібно забезпечити належність між необхідністю диференціації та перспективи товаровиробника у забезпеченні такої диференціації.

Щоб забезпечити взаємодію всіх складових конкурентного середовища підприємства, завдяки стратегії диференціації повинні бути створені адекватні умови. При чому одночасно, за умов ефективних формування та реалізації, дозволить збільшувати прибутки, порівняно зі стратегією контролю над затратами [3]. Потрібно проводити ринковий аналіз потенціалів диференціації за кожним товаром. Таке дослідження вказуватиме на готовність потенційного споживача до диференціації і дасть змогу визначити

більш перспективні напрями ринкового позиціонування.

Стратегія фокусування являє собою глибшу диференціацію продукції, виробленої на підприємстві чи можливість зменшення витрат в умовах функціонування на обраному сегменті. Можливо також реалізувати обидва напрями одночасно.

При застосуванні стратегії фокусування на аграрних підприємствах використовується комплекс цілей, перелік цільових сегментів, на яких планує виступати суб'єкт господарювання, та способи позиціонування продукції за кожним цільовим сегментом. Розроблення стратегій фокусування для суб'єктів господарювання повинно будуватися на наступних етапах:

1. Визначення доцільності застосування стратегії фокусування.
2. Сегментування ринку.
3. Вибір цільових сегментів.
4. Позиціонування товару на ринку.
5. Конкретизація стратегії фокусування шляхом розробки комплексу маркетингу для кожного цільового сегменту

Таблиця 4.1

Особливості формування базових стратегій конкурентної поведінки

Стратегія	Сутність
Стратегія зниження собівартості	Орієнтована на масовий випуск стандартної продукції, що більш ефективно та потребує менших питомих витрат, ніж виготовлення невеликих партій різномірної продукції. Стимулом до її використання є значна економія на масштабі виробництва та залучення великої кількості споживачів, для яких ціна є визначальним фактором при купівлі
Стратегія диференціації продукції	Базується на спеціалізації у виготовленні особливої продукції, яка є модифікацією вже існуючої
Стратегія сегментування ринку	Спрямована на забезпечення переваг над конкурентами у відокремленому та часто єдиному сегменті ринку, який виділяється на основі географічного, психографічного, поведінського, демографічного або інших принципів сегментації
Стратегія впровадження інновацій	Виробники не зв'язують себе необхідністю знижувати собівартість продукції, що виробляється, диференціювати її тощо. Головна мета – випередити конкурентів та одноособово зайняти ринкову нішу, де конкуренція незначна
Стратегія негайного реагування на потреби ринку	Має на меті максимально швидко задоволення виникаючих потреб у різних областях бізнесу. Основний принцип поведінки – вибір та реалізація найбільш рентабельних проєктів

Підхід щодо класифікації стратегій конкурентної поведінки, висунутий М.Портером, неодноразово доповнювався та модифікувався. Одним з варіацій є виокремлення не 3, а 5 базисних конкурентних стратегій. До них віднесені:

- стратегія лідерства по витратах;
- стратегія широкої диференціації;
- стратегія оптимальних витрат;
- сфокусована стратегія на основі низьких витрат;
- сфокусована стратегія на основі диференціації продукції.

Базові конкурентні стратегії є основою поведінки в конкурентному середовищі господарюючих суб'єктів на ринках і показують можливості забезпечення конкурентних переваг та генерування конкурентоспроможних стратегій управління.

Стратегії розвитку потенціалу конкурентоспроможності підприємства	Товарно-ринкова стратегія	Номенклатура, асортимент продукції, якість продукції, стратегія ціноутворення	Інструментальне наповнення
	Ресурсно-ринкова стратегія	Обсяг запасів та частота їх поновлення, якість ресурсів	
	Технологічна стратегія	Характер технології, технологічні розриви	
	Інтеграційна стратегія	Вертикальна інтеграція, горизонтальна інтеграція, діагональна інтеграція	
	Інвестиційно-фінансова стратегія	Залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування власних коштів	
	Соціальна стратегія	Кадрова політика, соціальний тип колективу	
	Управлінська стратегія	Тип управління, управлінська організаційна структура, комунікації	

Рис. 4.6. Стратегії розвитку потенціалу конкурентоспроможності підприємства

Стратегія забезпечення конкурентного розвитку підприємства є

комплексною стратегією, яка формується на основі довгострокових програм дій за всіма напрямками діяльності підприємства, що направлені на формування відповідного рівня конкурентоспроможності та потенціалу для конкурентоспроможного розвитку.

Пристаюючи існуючі теоретичні положення до умов виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств, можна виокремити основні компоненти та рекомендувати комплексну систему, яка приєднується до світогосподарських процесів і є повноправним членом світового співтовариства. Українські підприємства мають доступ до ринків інших країн, на яких працюють підприємства, зі значним досвідом ведення конкурентної боротьби (використовуються певні моделі, стратегії, способи поведінки), що ускладнює конкурентну ситуацію для вітчизняних аграрних підприємств. Для вітчизняних підприємств з культурою ведення бізнесу, традиціями та радянським досвідом світові моделі в чистому вигляді є непридатними, тому що ґрунтуються на Європейських і західних цінностях, які відрізняються від наших.

Навіть якщо спробувати скопіювати іноземні стратегії поведінки чи пристосувати до умов нашої країни, це дещо допоможе підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, але не приведе до «вершини». А от досягти помітного ефекту допоможе застосування власних розробки, які направлені на збільшення динамічності зовнішнього середовища.

При опрацюванні конкурентних стратегій підприємству потрібна інформація про добутий рівень конкурентоспроможності за ряд років (показники повинні бути співставними, тобто розрахованими за однаковою методикою). Щоб обрати правильну стратегію, потрібно використати інформацію щодо змін конкурентоспроможності у часі та аналіз причин що призвели до цього.

Існує перелік визначених в теорії стратегій ринкової конкуренції, що поєднуються в систему конкурентних стратегій підприємств, які

розглядаються як сполучення стратегій, направлених на пристосування підприємств до змін в умовах конкуренції та покращення довгострокової конкурентної позиції на ринку. Зокрема, виділяють блок стратегій формування конкурентних переваг (стратегії контролю над витратами, стратегії диференціації та стратегії фокусування), блок стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємств (товарно-ринкова й ресурсно-ринкова стратегії, технологічна стратегія, соціальна стратегія, фінансово-інвестиційні стратегії, організаційна та управлінська стратегії тощо), блок стратегій конкурентної поведінки підприємств на обраних цільових ринках (наступальні, оборонні та коопераційні стратегії). На нашу думку, через галузеву специфіку такі стратегії не зможуть пристосуватися в повному обсязі до діяльності аграрних підприємств.

Теоретично, система конкурентних стратегій підприємств повинна містити стратегії формування конкурентних переваг, стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств та стратегії їх конкурентної поведінки. При формуванні вказаних стратегій для умов діяльності аграрних підприємств особливістю є відсутність швидкого і повного впровадження через ряд факторів організаційного, економічного та управлінського характеру.

Якщо аналізувати проблеми організаційної частини, то першочерговим кроком в стратегії підприємств є забезпечення застосування наявних виробничих потужностей підприємств. В аграрному виробництві сформовану техніко-технологічну базу оновити неможливо для чинника швидкого реагування на зміни у ринковому середовищі. Тобто стратегія диференціації, та основні виробничі стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств часто не можуть оновлюватись або використовуватись на аграрних підприємствах в короткостроковому періоді. Аграрному підприємству постійно потрібно моніторити та швидко реагувати на ринкову ситуацію задля підвищення власної конкурентоспроможності

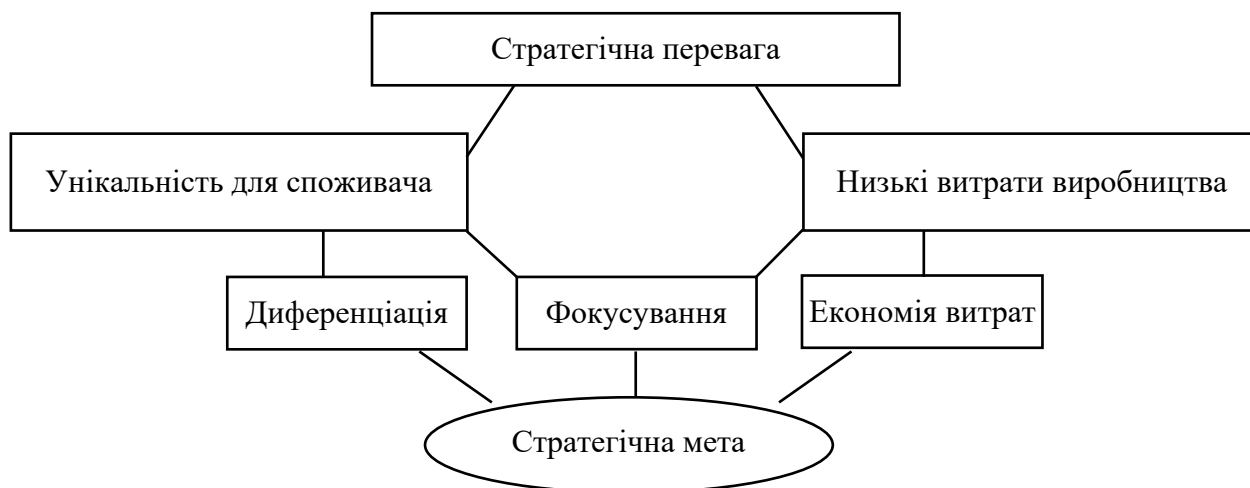


Рис. 4.7. Класифікація стратегій конкуренції за канонічним підходом М.Портера

Адаптуючи існуючі теоретичні положення до умов виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств, можна виокремити основні компоненти та рекомендувати сукупну систему що допоможе забезпечити конкурентоспроможний розвиток.

Діяльність аграрних підприємств в сучасних умовах супроводжується зміною конкурентних відносин на цільових ринках збуту продукції, спрямовані на зростання рівня ринкової концентрації, укріплення олігопсонічної та монопсонічної структур зазначених ринків. Вказане потребує суттєвої трансформації існуючої системи, методів та інструментарію управління основною діяльністю підприємств, зміни їх політики у сферах виробництва, збуту, маркетингу та фінансування. Водночас, гостро постають питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому ринку, так і при виході на ринки збуту продукції інших країн, це стосується підприємств-товаровиробників, як ланки залученої до створення доданої вартості, що формується в аграрній сфері.

Зараз не йдеться про вплив чинників суб'єктивного та об'єктивного характеру зумовив високий рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-товаровиробників. Завдяки підвищенню конкурентоспроможності продукції на цільових ринках збуту і конкурентоспроможності товаровиробників, можна забезпечити постійний

економічний розвиток суб'єктів агробізнесу.

Особливістю проведення виробничо-комерційної діяльності на аграрних підприємствах є те що вони не зрозуміли та не прийняли один із основних інструментів ефективного функціонування - генерування та імплементацію стратегій конкурентоспроможного розвитку, пріоритетом яких є використання теоретичних та прикладних надбань логістики та маркетингу. Для умов аграрного виробництва понятійно-категоріальний апарат досліджень конкурентоспроможності майже розкритий та сформований. Проте, аграрні підприємства, крім об'єднань холдингового типу, не використовують в достатній у діяльності інструментарій стратегічного управління конкурентоспроможністю та фактично не застосовують оформлених структур логістики й маркетингу у організаційно-управлінській практиці .

Більшість керівників вітчизняних аграрних підприємств намагаються створити конкурентні переваги на виробничій стадії циклу створення та реалізації продукції, при цьому не розуміючи сутності, особливостей та важливості інтеграції в системи менеджменту підприємств елементів та інструментів логістичної та маркетингової діяльності та не використовують можливості підвищення рівня конкурентоспроможності своїх підприємств в комерційній площині. Така обмеженість зумовлює переважне використання інструментів зниження виробничих витрат для створення конкурентних переваг цінового характеру. Зазначене негативно позначається на рівні доходів та на рівні економічної ефективності, інвестиційної привабливості і позбавляє суб'єктів аграрної сфери фінансових ресурсів стабілізації розвитку.

Критеріями для застосування суб'єктами ринку стратегій отримання результатів діяльності є результативність поточної діяльності та фінансовий стан , що визначає конкурентну ситуацію на ринку та ступінь збалансованості інтересів функціонально відокремлених груп операторів ринку. Саме останнє по кожному окремому об'єктовому ринку породжує наявний дисбаланс в маркетинговій інфраструктурі. Слід також відзначити, що результативність його дій повною мірою можуть проявитись саме на сировинному сегменті

аграрного ринку.

Ефективність діяльності операторів різних рівнів маркетингової інфраструктури позначається на розвитку процесів її формування (рис. 4.8).

Через обсяги доданої вартості на різних етапах розподілу продукції та через цінову динаміку реалізуються механізми протікання зазначених процесів. Можна говорити про перерозподіл інтересів між учасниками каналів розподілу товарів на об'єктових ринках. Даний механізм посередній через відтворення цінового диктату зі сторони посередницьких структур різних рівнів на сировинному сегменті вітчизняного аграрного ринку. Однак, провадження такої діяльності повністю залежне від переваги груп учасників всередині систем розподілу.

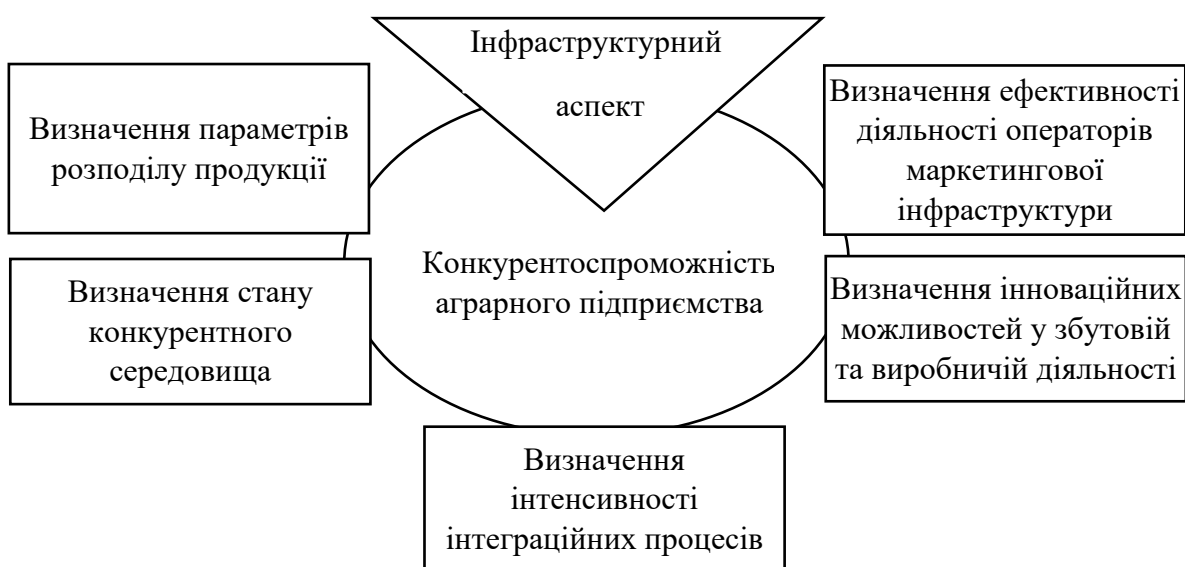


Рис. 4.8. Інфраструктурний вплив на конкурентоспроможність аграрних підприємств

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що при оцінці створення та функціонування капіталів всередині рівнів маркетингової інфраструктури сировинного сегменту ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, доцільно використовувати укрупнені показники (рис. 4.9).

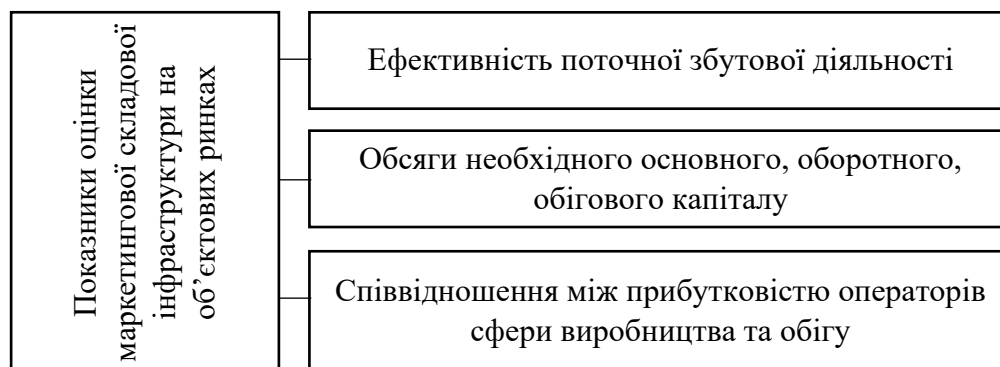


Рис. 4.9. Показники розвитку маркетингової інфраструктури на об'єктових ринках

Приведена сукупність показників дозволить сформулювати домінуючий склад учасників ринкового середовища в системах розподілу товарів, діяльність таких учасників більш ефективна. Їх вплив на конкурентне ринкове середовище матиме значення при процесах розподілу доходів учасників обраних ринків.

Проведене дослідження виробничо-комерційної діяльності окремих сільськогосподарських підприємств на регіональному рівні дозволяє сформулювати висновок, що товаровиробники сільськогосподарської продукції не є центрами утримання прибутків в існуючій маркетинговій інфраструктурі, навіть якщо вони є більш успішними в порівнянні з конкурентами.

Результати показали, що значна частина створеної доданої вартості в умовах аграрного ринку сформована через доходи суб'єктів в сфері обігу. Так, за різними джерелами економічні показники коливаються від 21,5 до 34,9 % від цін споживання. Вказаний факт вказує на наявність суттєвих дисбалансів при формуванні каналів розподілу в інфраструктурі ринку. В умовах аграрного ринку типовим є переважання економічних інтересів торгових посередницьких структур над інтересами товаровиробників при формуванні маркетингових систем розподілу товарів.

Концентрація капіталу між сферами виробництва та сферою обігу

дозволить визначити ефективність функціонування учасників різних рівнів в маркетинговій інфраструктурі аграрного ринку.

Таблиця 4.2

**Функціональне навантаження інфраструктурних елементів
аграрного ринку**

Складові та компоненти інфраструктури ринку		Елементи інфраструктури ринку	Функції інфраструктури ринку			
			Розподільча	логістична	комунікаційна	регулююча
1		2	3	4	5	6
Фізична складова	Маркетингова компонента	Торговельно-посередницькі підприємства	•	•		
		Заготівельні підприємства	•	•		
		Товарні біржі	•			•
		Агроторгові доми	•			•
		Підприємства роздрібної торгівлі	•			
		Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи	•	•		•
		Оптові продовольчі ринки	•		•	
		Виставки, ярмарки та ін.	•		•	
	Логістична компонента	Транспортні та транспортно-експедиційні підприємства		•		
		Підприємства галузі зберігання продукції		•		
Фінансово-кредитна складова		Комерційні банки	•			•
		Кредитні спілки	•			•
		Агропромислові фінансові групи	•			•
		Страхові компанії	•			•
Комунікаційна складова		Засоби масової інформації			•	
		Рекламні агенції			•	
		Інформаційно-консультаційні служби			•	
		Дорадчі служби			•	•
		Науково-дослідні центри			•	
		Центри цінового моніторингу			•	•

Особливо це стосується господарюючих суб'єктів сфер матеріального виробництва та вплив операторів зі сфери обігу.

Потрібно слідкувати щодо стану забезпечення справедливого перерозподілу між інтересами функціональних груп учасників конкурентного середовища та ринкових процесів. Критерії справедливості перерозподілу інтересів, поки що, не сформовано ні в теорії, ні в практиці і вирішення вказаної проблеми не в тому, щоб отримані прибутки виробниками продукції чи посередниками були надто малими чи надто великими. Необхідно забезпечити віддачу розміщеного капіталу у реалізації виробничо-комерційної діяльності, який має забезпечити розширене відтворення, фінансування стратегічних трансформацій та виділення капіталу для розвитку «немаркетингових» складових інфраструктури обраних ринків.

Першочерговими завданнями які потрібно вирішити українському бізнесу за сучасних умов є : набуття конкурентоспроможності світового рівня, зумовлене процесами постіндустріального розвитку, забезпечення макроекономічного зростання та інтенсивного розвитку національної економіки. Паралельно з ризиками та загрозами для бізнесу, економічна криза наділяє новими можливостями і впливає на характер конкурентного середовища національної економіки. Підприємці працюють в конкурентному середовищі, Під впливом постійно змінюваних чинників і тенденцій, вибір правильних стратегій підприємцями у таких умовах перетворюється на запоруку економічного виживання.

Конкурентними є такі стратегії, що допоможуть підприємствам зайняти міцне положення при боротьбі з конкурентами і нададуть найбільшу стратегічну перевагу перед конкурентами. Сюди можна віднести: підвищення попиту (залучення нових споживачів, пошук нових можливостей використання товарів), завоювання частини ринку, підвищення продуктивності шляхом вдосконалення структури витрат, покращення асортименту продукції, підвищення цінності, оборонну позиція (підвищення цінності, вичікувальна оборона, оборона з превентивними заходами). Для

формування стратегії підприємства, яка є складним творчим процесом, потрібна висока кваліфікація виконавців.

Створення стратегії спирається на передбаченні окремих умов функціонування підприємства, першочергово - кон'юнктури споживчого ринку в цілому та обраного належного сировинного сегменту аграрного ринку, що в цілому є трудомістким процесом. При формуванні стратегії відбувається пошук та оцінка альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, які повинні відповідати місії підприємства та завданням його розвитку. Певну складність формування стратегії становить те, що вона періодично потребує корекції з урахуванням змінюваних умов зовнішнього середовища та виникаючих можливостей для розвитку підприємства.

Під конкуренцією сучасні науковці розуміють боротьбу суб'єктів господарювання, виробників, підприємців та ін. Водночас конкуренцію пов'язують з товарами, продукцією, послугами тощо, але це термінологічно неправильно, адже товар не може боротися з іншим товаром. Конкурентна боротьба відбувається між виробниками товарів за ринки збуту.

Потрібно розуміти різницю між конкуренцією між підприємствами і конкурентоспроможністю товарів. Конкурент – це насамперед той, хто бореться за споживача товару чи послуги. Таку боротьбу доцільно розпочинати із сегментації ринку. адже правильне визначення свого споживача дає можливість правильно означити конкурентів, і, таким чином, більш раціонально розподілити сили в цій боротьбі. Основними конкурентами підприємства виступають підприємства-виробники аналогічних товарів, що надходять на певний ринок. Конкуренти можуть бути за обсягами виробництва меншими чи більшими, мати більший чи менший ступінь диверсифікованості (тобто широти спектру виробництва, що має підприємство), по-різному визначити місце і роль даного товару в загальній стратегії свого розвитку, але спільним буде одне: вони пропонують свій аналогічний товар (послугу) споживачам на тому ж самому ринку.

Поширена конкуренція на рівні товарів-замінників, сила якої

проявляється в кількох напрямках. По-перше, наявність доступних товарів-замінників встановлює межу цін, за якими виробники продукції цієї галузі можуть продати свої товари, при цьому не дозволяючи споживачам перейти на товари-замінники і не викликаючи розлому на ринку. По-друге, при наявності товарів-замінників, споживачі порівнюють якісні параметри і ціни пропонованих товарів з товарами-замінниками. По-третє, рівень інтенсивності конкуренції залежить від того, наскільки дорого споживачам продукції галузі перейти на продукти-замінники.

Бажання витіснити конкурентів, шляхом збільшення ринкової частки, призводить до необхідності виявлення ринкових факторів успіху окремих конкурентів та їх слабких місць. Щоб мати змогу правильно оцінити стратегію конкурентів потрібно відповісти на питання:

1. Які основні параметри конкурентоспроможності чужих товарів?
2. Яка практика конкурентів щодо найменування, торгових марок товарів?
3. Які привабливі сторони товарів – конкурентів?
4. Які види сервісу надають конкуренти в гарантійний і післягарантійний періоди?
5. Чи використовують конкуренти для збуту місцеву торгову мережу, чи створюють власну?
6. Яка практика товарообігу у конкурентів (вид транспорту, обсяг запасів, розміщення складів, їх площа і вартість)?

Аналізуючи відповіді на ці питання можливо зрозуміти, чому конкуренти діють так, а не інакше, зробити висновки щодо асортименту товарів, політики цін, виокремити товари ринкової новизни, визначити витрати конкурентів, на рекламу, просування товару та на збут. Сила основних конкурентів визначає стратегію конкурентної боротьби підприємства, тобто чим сильніші конкуренти, тим агресивнішою повинна бути конкурентна боротьба, потрібні більші витрати на просування товару та підтримку частки ринку.

Щоб правильно оцінити сили конкурентів, потрібно постійно аналізувати масу показників за такими напрямками досліджень:

- дослідження конкурентоспроможності продукції конкурентів;
- вивчення ефективності їх маркетингової політики;
- аналіз конкурентоспроможності підприємств в цілому.

Конкурентоспроможність продукції виявляється, по-перше, у ступені лояльності споживачів до продукції, тобто готовності змінити продукцію споживання. На ступінь лояльності має вплив якість продукції, яка містить такі характеристики, як надійність, транспортабельність, естетичні критерії, екологічні критерії і так далі. Список характеристик, що визначають якість продукції міняється від У кожного споживача список характеристик що визначають якість продукції різний. Свій вплив на конкурентоспроможність продукції мають певні звички споживання і інформованість споживачів про продукти-замінники.

Наступною характеристикою конкурентоспроможності продукції є умови зміни споживаного товару, при оцінюванні яких потрібно пам'ятати, що поведінка споживачів може бути як раціональною, так і нераціональною. Процес вивчення конкурентоспроможності підприємств в цілому має за мету пошук відповідей на питання – цілі конкурентів, стратегії досягнення цілей, наявні засоби реалізації стратегій і вірогідні майбутні стратегії. Отримавши відповіді на три перші питання, можна відповісти на четверте.

В конкурентній боротьбі варто дотримуватися таких правил:

- 1) якщо нам не відомий потенціал суперників і характерні методи реагування на зміну ринкової ситуації; не можна розраховувати на успіх,
- 2) потрібно знати наскільки висока кваліфікація суперника та його здатність все точно розрахувати і порівняти:
 - а) наслідки наявності домовленості з приводу суперництва;
 - б) наслідки відсутності такої домовленості;
- 3) потрібно уникати будь – яких дій, доки точно не зможемо розрахувати можливу реакцію суперника на них;

4) треба дати супернику зрозуміти, що наші дії логічно відповідають даній ситуації.

Таким чином, можна зробити наступні висновки. В основі будь-якої конкуренції завжди є бажання підприємств задовольнити потребу покупця. У тих випадках, коли основна потреба має постійний характер, найважливішими типами конкуренції стають” товар – товар – аналог”,” товар – товар-субститут”, ”товар – послуга”. Конкуренція може мати вираз також у повній ліквідації визначеної потреби, тобто товару (послуги), що її задовольняв.

Висновки до розділу 4

1. Потенціал конкурентоспроможності можна визначити, як комплекс можливостей підприємства щодо створення витривалих конкурентних переваг, та, безпосередньо, конкурентоспроможність продукції та підприємства, як результату імплементації відзначених переваг у виробничій та комерційно-збутовій діяльності. З огляду на дуальний характер об'єкту управління утруднюється структура елементів та інструментів системи стратегічного управління, яка визначається процесом реалізації потенціалу конкурентоспроможності через реалізацію зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних переваг, характер яких визначається потенціалом підприємства та ситуацією на цільових ринках збуту.

2. В дослідженні обґрунтовано теоретичні та прикладні основи побудови синтезованого організаційно-економічного механізму управління потенціалом конкурентоспроможності на інноваційно-інвестиційній основі. Приведена концепція визначає побудову відповідного механізму управління. Також вона передбачає пріоритетність саме інвестиційної діяльності підприємства, як джерела ресурсів підтримання стабільності його розвитку. Відповідно, в процесі формування зазначеного механізму управління розвитком закладено результати декомпозиції та подальшого синтезу

механізмів розвитку та управління розвитком підприємства. При цьому механізм управління розвитком передбачає продукування та імплементацію інвестиційних стратегій підприємства в залежності від його економічного потенціалу, місії та цілей діяльності, масштабів виробництва, розмірів, спеціалізації.

3. Обґрунтовано методичні засади інтеграції системи управління інноваційно-інвестиційним розвитком в менеджмент аграрних підприємств. Встановлено, що доцільним є застосування інструментів проектного менеджменту, які передбачають визначення функціоналів оцінювання інноваційних проектів, прогнозування, залучення інвестиційних ресурсів, раціоналізацію їх розстановки, поєднання та витрачання. Перелічені функції передбачають створення в структурі управління підприємством центрів витрат та центрів відповідальності при реалізації проектів розвитку.

РОЗДІЛ 5.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

5.1. Джерела та інструменти інвестування інноваційних проектів розвитку аграрних підприємств

Планування інвестиційної діяльності та розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств можна поділити на стратегічне, що здійснюється в підпорядкуванні загальній стратегії підприємства та тактичне, що виробляється на основі стратегічних планів.

Підприємство повинно обрати один із варіантів стратегічної поведінки: пасивне очікування; активне очікування (готовність кваліфіковано зустріти зміни); підготовка до змін та стимулювання бажаних змін. Вважається що кращим варіантом є попередження змін та стимулювання їх за допомогою інноваційних технологій. Проаналізувавши стратегії розвитку, стабілізації чи скорочення, обирають загальну стратегію економічного розвитку, від якої залежить тип поведінки. Підпорядкованими є ресурсні та інвестиційні стратегії підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств, що узгоджуються з нею за цілями та етапами здійснення. При цьому інвестиційна стратегія виступає як головний фактор забезпечення ефективного розвитку ресурсного потенціалу підприємства в майбутньому, бо як зазначає В.В. Онікієнко, стратегічний ефект інновацій може бути досягнутий у тісній взаємодії економічних суб'єктів, інвестиційних вкладень і сукупних інвестицій.

На формування інвестиційних стратегій та вибір однієї з стратегічних альтернатив впливають стан та прогнози макроекономічного середовища, внутрішнє середовище підприємства, сфера його бізнесу та ділових інтересів.

Для розроблення програми активної підготовки матеріально-технічного забезпечення та активізації резервів підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств достатньо мати інформацію щодо джерела можливого впливу на підприємство. Стратегія інвестиційної діяльності зумовлює пріоритетність напрямів та форм, характер створення інвестиційних ресурсів і черговість етапів реалізації довготермінових інвестиційних цілей.

В залежності від фінансово-економічного стану аграрного підприємства, задля досягнення найповнішого ефекту від застосування інвестиційних стратегій виокремлюємо: інвестиційну стратегію інтенсивного розвитку, інвестиційну стратегію сталого розвитку та антикризову інвестиційну стратегію. На нашу думку, кожна з них має містити такі міні-стратегії, що відповідатимуть функціонуванню інвестиційних механізмів, а саме стратегію підготовки стратегічної бізнес одиниці до інвестування, стратегію формування інвестиційних ресурсів та стратегію управління процесом інвестування.

За умов нормального функціонування підприємства, принципова відмінність антикризової інвестиційної стратегії від інвестиційних стратегій полягає у відмінностях критеріїв прийняття рішень. Для підприємства, що є платоспроможним і інвестиційно-привабливим, основною метою інвестиційної стратегії є забезпечення стратегічних цілей розвитку підприємства у довгостроковій перспективі. При зародженні ознак фінансової кризи або при її загрозі, стратегічні цілі управління стають неактуальними, а у короткостроковому періоді мірилом для прийняття управлінських рішень є усунення або мінімізація негативного впливу зовнішнього середовища та нейтралізація власних слабких сторін, забезпечення платоспроможності та запобігання банкрутства підприємства.

Елементом та засобом управління інвестиційної діяльності аграрних підприємств є відповідні інструменти. Інвестиційний інструмент – це засіб залучення й використання інвестиційних ресурсів аграрними підприємствами, що формуються фінансовими та не фінансовими складовими з метою розвитку

ресурсного потенціалу і підвищення економічної діяльності аграрних підприємств.

Структурно інструменти інвестиційної діяльності можна подати у такому вигляді (рис. 5.1). Інструменти інвестиційної діяльності аграрного підприємства можна виокремити на види: самоінвестування, зовнішнє інвестування, банківське кредитування, інвестування коштів від продажу активів.



Рис. 5.1. Структура інструментів інвестиційної діяльності аграрного підприємства

Аналізуючи кожну групу інструментів інвестиційної діяльності аграрного підприємства, можемо виокремити функціональні категорії для кожної з них. Забезпечення самоінвестування може відбуватися за рахунок амортизаційних відрахувань та реінвестування акумульованого прибутку. Інвестування з використанням банківського кредитування включає всі види кредитування за часовим критерієм та надання векселів. Виділяємо групу зовнішнього інвестуваннядо якої входять корпоратизація, агропромислову інтеграція,

прямі інвестиції, венчурне інвестування, використання аграрних розписок тощо. При формуванні дієвого інвестиційного механізму розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств важливу роль відіграє держава.

Раціональність та дієздатність інвестиційного механізму залежать від зацікавленості держави та її можливостей. Змінюються також і методи державної участі, стимулювання. Під впливом ринкових умов господарювання адміністративні, централізовані методи державного регулювання плавно трансформуються в коопераційні, інтегративні, приватно-державні. Це впливає і на зміну належного правового, нормативного та інформаційного забезпечення у складі механізму та забезпечує відповідним типом інвестиційного механізму, що проявляється при поєднанні відповідних інститутів в інноваційному процесі.

Матрицю вибору інструментів, засобів та процедур інвестиційної діяльності за видами ресурсних стратегій представлені на рис. 5.2.

<i>Інструменти, засоби, процедури</i>	<i>Інвестиційна стратегія інтенсивного розвитку</i>	<i>Інвестиційна стратегія сталого розвитку підприємства</i>	<i>Антикризова інвестиційна стратегія</i>
<i>Самофінансування</i>	+	+	+
<i>Лізинг</i>	+	+	-
<i>Короткострокові кредити</i>	+	+	-
<i>Довгострокові кредити</i>	+	+	-
<i>Вексельне кредитування</i>	+	+	+
<i>Інвестування коштів від продажу активів</i>	+	+	+
<i>Корпоратизація</i>	+	+	-
<i>Агропромислова інтеграція</i>	+	+	+
<i>Прямі інвестиції</i>	+	+	+
<i>Венчурне інвестування</i>	+	-	-
<i>Використання аграрних розписок</i>	+	+	+

Рис. 5.2. Матриця вибору інструментарію реалізації інвестиційних стратегій

В процесі проведених досліджень, встановили що з підвищенням рівня ресурсного забезпечення аграрних підприємств поглиблюються їх можливості щодо використання різноманітних інструментів, засобів та процедур

інвестиційної діяльності.

Низький рівень організації управлінського процесу, кваліфікація менеджерів та працівників також можуть спричинити низьку ефективність діяльності аграрних підприємств. Відомі випадки, коли на підприємствах однієї-природно кліматичної зоні, що мали схожий тип та склад ґрунту, спостерігалися різні результати ефективності виробництва сільськогосподарської продукції.

Для забезпечення успішного функціонування суб'єктів в умовах ринкової економіки, отримана освіта більшості керівників підприємств аграрного напрямку та фермерів за часів командно-адміністративної системи, є недостатньою. Особливо це проявляється при здійсненні стратегічного управління агропідприємствами.

Досвід показує, що за відсутності адекватної освіти, основою успішного менеджменту є природні здібності й досвід роботи. Так, середній вік успішних менеджерів становить близько 50 років, з яких вони 30 років пропрацювали у сільському господарстві.

Щоб зрозуміти який рівень організації систем менеджменту підприємства, потрібно дослідити як налагоджене раціональне використання наявних ресурсів на аграрному підприємстві, планування потреб в них та організація системного підходу до розвитку їх потенціалу і на цій основі вже формувати конкурентні позиції суб'єкта. Прикладом може послужити впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій з вирощування продукції рослинництва. На даний час, у великій кількості дрібних та середніх за розміром господарств використовується фізично та морально застаріла техніка, що істотно впливає на стан ґрунтів, на якість та обсяг отриманої продукції. Якщо на підприємствах застосувати висококваліфікований менеджменту в усіх функціональних напрямках діяльності аграрного підприємства (фінансування, постачання, виробництво, маркетинг), то впровадження ресурсозберігаючих технологій змінить ситуацію на краще.

При незадовільному управлінні підвищується дефіцит капіталу на

підприємстві та спостерігається погіршення фінансових показників, що може призвести до відмови при отриманні кредитних ресурсів.

Одним із джерел ефективної діяльності підприємства на ринку є здатність трудового колективу підприємства створити ключові цінності, які об'єднують зусилля всіх його членів - створюється єдиний колектив, зі своїми законами, правами і обов'язками.

Серед стадій відтворювального процесу в сільському господарстві слід виділити (рис. 5.3):

– стадію авансування, на якій акумулюються залучені фінансові ресурси та вкладаються у різні форми капіталу;

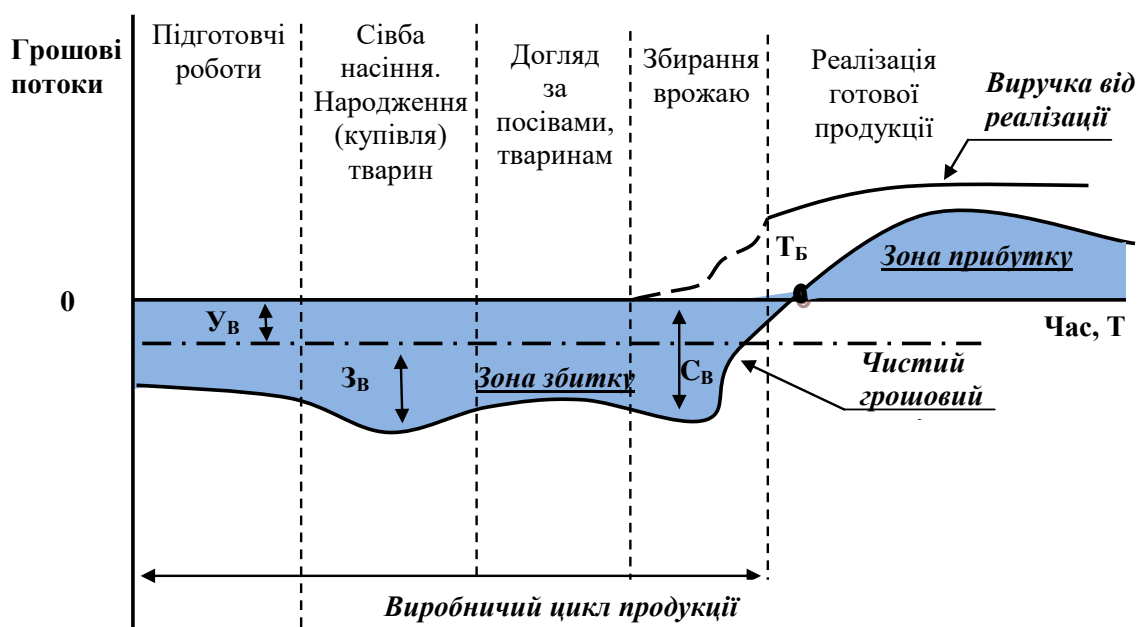
– стадію виробництва, на якій різні форми капіталу вводяться до процесу виробництва кінцевої продукції та не забезпечують створення доданої вартості;

– стадію реалізації, на якій відбувається реалізація готової продукції на ринок, що забезпечує надходження прибутку на підприємство. У свою чергу, прибуток стає джерелом фінансування, яке використовується щоб купити засоби виробництва та почати новий цикл відтворення.

Із зазначеного можна зробити висновок що інвестиції значно впливають на результативність діяльності аграрних підприємств на стадіях відтворювального процесу. На першій стадії інвестиції є основою для капіталовкладень, на наступній стадії інвестиції формують передумови для підвищення технологічного рівня виробництва, а на третій стадії інвестиції допомагають отримати конкурентоспроможну продукцію, яка займе стійке положення на глобалізованих ринках.

Невідповідність в часі моменту здійснення грошових витрат (на придбання основних засобів, сировини, матеріалів тощо) та моменту надходження грошових коштів за продукцію (на виробництво якої понесені витрати) призводить до появи потреби в капіталі щоб забезпечити фінансування поточних затрат в межах інвестиційних проектів впровадження ресурсозберігаючих технологій. Розрахувати її можна як сумау фінансових

ресурсів, потрібну для фінансування основних засобів і нематеріальних активів та фінансові ресурси для фінансування оборотних активів.



C_B - сукупні витрати,
 T_B - точка беззбитковості,
 U_B - умовно-постійні витрати,
 Z_B - змінні витрати,

Рис. 5.3. Чистий грошовий потік в процесі виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції

Процес планування розмірів фінансових ресурсів необхідних для забезпечення виробничого процесу стартує з формулювання напрямів та розмірів витрачання коштів, до яких можна віднести постійні та змінні витрати, що розраховані на основі технологічних карт вирощування сільськогосподарських культур в рослинництві та виробничій програмі по тваринництву. Дана величина відповідає плановій виробничій собівартості. Потім по кожній статті витрат визначаються джерела зниження виробничої собівартості, що допоможе забезпечити економію оборотних активів. При інноваційній діяльності сільськогосподарського підприємства можна забезпечити мінімізацію собівартості сільськогосподарської продукції (послуг) та підвищити її конкурентоспроможність (рис. 5.4).

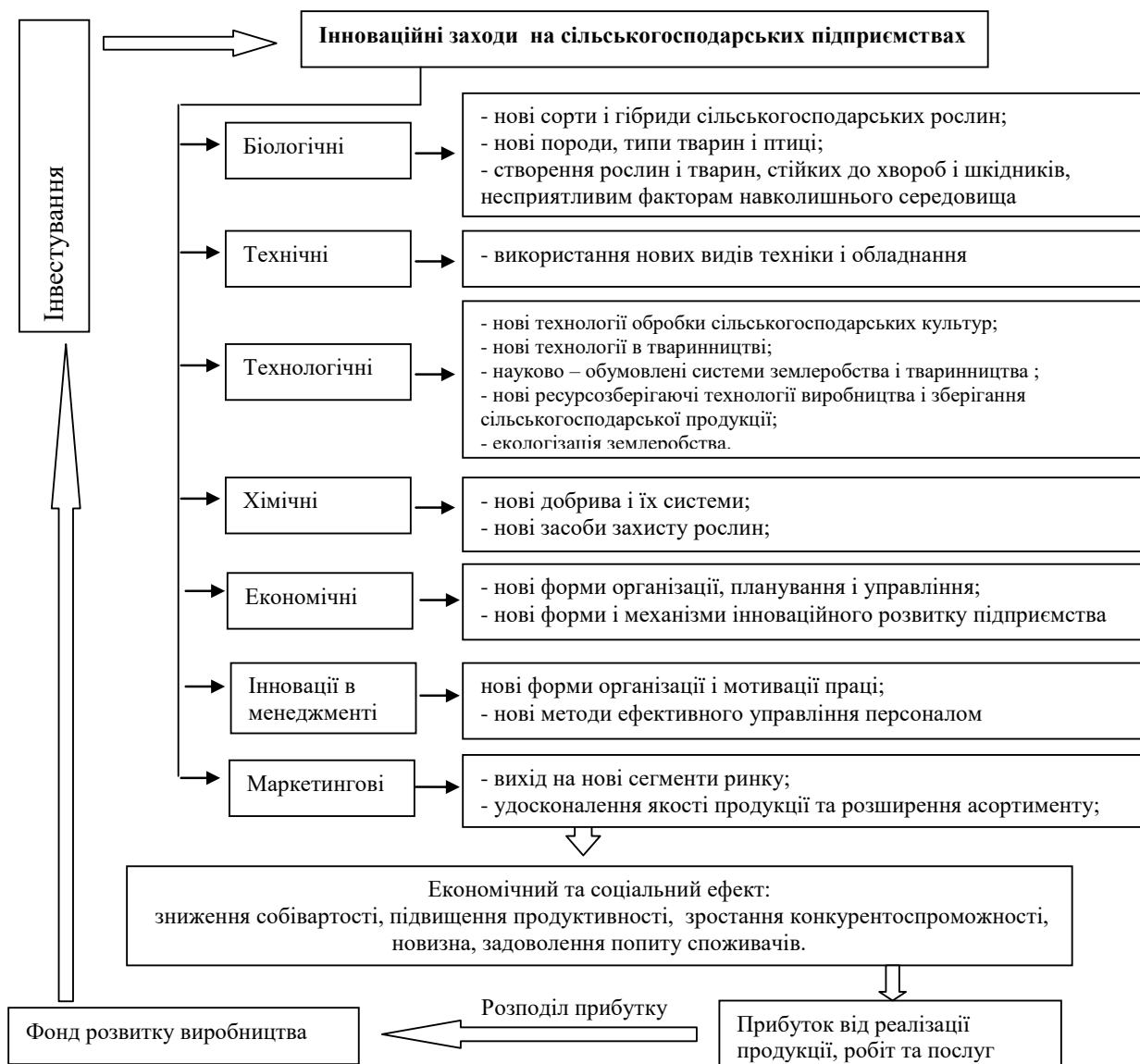


Рис. 5.4 Напрями інвестування інноваційних процесів в сільському господарстві

Під інноваціями розуміють прибуткове використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції, процесів.

Інноваційна діяльність направлена на використання наукового, науково-технічного результату та інтелектуального потенціалу щоб отримати нову, поліпшену продукцію, технологію виробництва, організацію праці, систему управління з метою підвищення конкурентоспроможності. Джерелами

резервів зниження собівартості сільськогосподарської продукції є підвищення обсягу виробництва продукції, використовуючи впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій: використання селекційного насіння та племінної худоби, покращення організації праці; підвищення рівня продуктивності праці, зниження енергомісткості, нові форми і методи інноваційного розвитку.

На наступному етапі визначається доступний розмір власних фінансових ресурсів та плановий фінансовий потік (рис. 5.5).



Рис. 5.5. Процедура стратегічного планування створення цінних конкурентних переваг

Розрахунки проводяться на основі інвестиційного проекту по

впровадженню ресурсозберігаючої технології чи іншого нововведення, деталізуючи інвестиційного процесу по етапах та враховуючи наявні власні ресурси на визначений момент часу та кількості ресурсів, які підприємство планує отримати з власних джерел і направити на інвестиційну діяльність.

Останні є резервом власних коштів щоб мати змогу фінансувати інвестиційні програми та містять амортизаційні відрахування, частину прибутку, що буде направлений на реконструкцію, нове будівництво тощо.

Підтвердивши розмір необхідних кредитів та позик, визначають найоптимальніший період їх залучення з умовою збереження платоспроможності та фінансової незалежності підприємства.

Можна дати таке визначення терміну «період залучення кредитних ресурсів» - це період часу з моменту надання банківського кредиту до моменту його повного погашення та виплати відсотків за користування.

Щоб сформулювати які потреби фінансових ресурсів необхідні для забезпечення процесу виробництва, потрібно пройти такі етапи:

1. Визначення періоду, протягом якого кошти будуть «заморожені» в оборотних активах:

- тривалість виробництва;
- тривалість зберігання сировини, матеріалів і таке інше на складі;
- тривалість зберігання готової продукції на складі;
- строки оплати клієнтам відвантаженої продукції;
- строки оплати поставленої сировини, матеріалів тощо.

2. Визначення середніх витрат на виробництво продукції:

- одноденні матеріальні витрати;
- одноденні витрати на персонал;
- одноденні накладні витрати.

3. Розрахунок потреби в капіталі для фінансування оборотних активів:

- кумулятивний метод;
- селективний метод.

На першому етапі визначають необхідну кількість днів, на яку кошти будуть відволікатися в окремі позиції оборотних активів.

Загальний період, за тривалість якого капітал авансується в оборотні активи, визначається таким чином:

(+) період з моменту оплати сировини, матеріалів до їх постачання (100 днів);

(-) період надання товарних позичок постачальникам факторів виробництва (1 день);

(+) період зберігання сировини, матеріалів на складі;

(+) тривалість виробництва продукції, робіт, послуг (1 день) ;

(+) період зберігання готової продукції на складах (0 днів);

(+) строки надання товарних позичок споживачам продукції (період з моменту відвантаження продукції до моменту надходження коштів за неї) (72 дня);

(-) період використання авансів, одержаних від інших осіб у рахунок наступних поставок продукції (1 днів).

Отже, загальний період, протягом якого капітал авансується в оборотні активи, буде дорівнювати: $100-1+1+72-1=171$ (днів).

Наступний етап зводиться до розрахунку прогнозу щодо середньоденних витрат у грошовому еквіваленті, які вкладаються в сировину, персонал, накладні витрати тощо.

Щоб розрахувати вказані необхідно обчислити планову виробничу собівартість продукції, величину адміністративних витрат і витрат на збут.

На третьому етапі розраховують потреби в капіталі для фінансування оборотних активів.

Первісної вартість запасів, від якої залежить потреба в коштах для фінансування виробничих запасів, складається з таких витрат:

- суми, що оплачуються за інформаційні, посередницькі та інші послуги, які виникають при закупівлі запасів;

- суми ввізного мита, непрямих податків, які сплачуються у зв'язку з

придбанням запасів;

- затрати на транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи, страхування транспортних ризиків;

- затрати підприємства, пов'язані із доведенням запасів до такого стану, при якому можуть використовуватися у запланованих цілях.

Вартість незавершеного виробництва і готової продукції обумовлюється собівартістю виробництва відповідних запасів та містить прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці і нарахування на неї, загально-виробничі витрати, постійні накладні витрати тощо.

На завершальній стадії щоб розрахувати потребу в капіталі, підприємство повинно вирішити, яким саме шляхом зможе залучити необхідні кошти. Рішення приймається виходячи з розрахунку вартості капіталу. Якщо потрібно оновити основні засоби – використовують фінансовий лізинг.

Зпрогнозувати можливі фінансові надходження можна лише оптимізувавши майбутній сценарій розвитку подій, тобто зберігши оптимальні умови діяльності сільськогосподарського підприємства, адже від обсягу та ефективності фінансування виробленої продукції та наданих послуг рівень залежить рівень фінансування.

Непостійність ринкового середовища, енергійні дії конкурентів, науково-технічний розвиток вимагають від суб'єктів діяльності пошуку нових джерел надходжень, а отже відкриття нового курсу діяльності, здійснення диференціації виробництва, аналіз ринкового середовища, планування напрямів розвитку та залучення фінансових джерел. Щоб ефективно використовувати фінансові ресурсів підприємству потрібно займатися поточним та стратегічним фінансовим плануванням, за умови інтенсивного розвитку.

Поряд із вказаними механізмами потрібно зупинитися на механізмах страхового ринку, котрі повинні використовуватися як спосіб захисту майнових інтересів сільськогосподарських товаровиробників і направлені на забезпечення стійкості виробництва в сільському господарстві. Зазвичай під

страхуванням розуміють спосіб підтримання безперервності відтворювального процесу.

Відповідно до чинного законодавства України, страхування в сільському господарстві може реалізовуватися в обов'язковій та добровільній формі. Обов'язковим є страхування врожаю сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень для державних підприємств та зернових культур і цукрових буряків для сільськогосподарських підприємств усіх форм власності. Страхування племінних тварин також є обов'язковим. Інші об'єкти сільського господарства можуть бути застраховані добровільно.

Постановою Кабінету Міністрів України від 15 серпня 2012 року № 813 схвалено Порядок та умови надання сільськогосподарським товаровиробникам державної підтримки у страхуванні сільськогосподарських культур шляхом здешевлення страхових платежів (премій), який передбачає:

- надання агровиробникам із державного бюджету субсидій у формі компенсації до 50 % вартості страхового платежу;
- пропорційність розподілу бюджетних коштів;
- створення комісії Мінагрополітики для надання фінансової підтримки з державного бюджету.

В 2014 році в декількох областях України було запроваджено ще один інноваційний проект Міністерства аграрної політики та продовольства з наміром покращення інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств різних форм та розмірів господарювання, сутність якого у застосуванні такого фінансового інструменту як аграрна розписка. Є надія, що впровадження таких розписок допоможе збільшити обсяг інвестицій і дати доступ середнім і малим виробникам до фінансів. Аграрії мають змогу отримувати товарне або фінансове кредитування безпосередньо у постачальників матеріально-технічних ресурсів, не використовуючи банківського сектору.

Гнучка податкова система може непрямо впливати на інвестиційну активність та дозволить примножити обсяги нагромаджень внаслідок

скорочення бази оподаткування на величину інвестованих засобів. Задля вирішення проблеми активізації інвестиційної діяльності, потрібно направити використання амортизаційних відрахувань на капітальні вкладення, залучення коштів населення, комерційних банків та іноземних інвестицій. Цінові відносини досліджуються в системі всього процесу відтворення, починаючи з придбання матеріально-технічних ресурсів до кінцевої реалізації виробленої продукції. На рівні держави потрібно сформулювати цільові програми та обчислювати необхідні обсяги інвестицій. Пріоритетним напрямком інвестицій для сільського господарства повинен стати розвиток техніки та обладнання. Вагомим призначенням державної інвестиційної політики є розвиток ринку капіталу для сільськогосподарських товаровиробників, ринку засобів виробництва та нових технологій, забезпечення виробництва важливих видів продукції, що наразі не можуть задовольнити запити споживачів, покращення соціального розвитку села, збереження земельних ресурсів.

Створення на основі державно-приватного партнерства спеціалізованого венчурного фонду може бути перспективним інструментом інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у аграрній галузі задля фінансування інноваційних проектів. В нормах вітчизняного законодавства венчурний фонд – це недиверсифікований інвестиційний фонд закритого типу, який здійснює виключно приватне розміщення цінних паперів серед юридичних осіб та фізичних осіб і активи якого можуть включати цінні папери, емітовані пов'язаними особами компанії з управління активами такого фонду. Оскільки венчурні фонди можуть бути лише закритими, вони не беруть на себе зобов'язань щодо викупу емітованих ними цінних паперів до моменту закриття [119]. Закриті фонди є строковими, тобто створюються на визначений строк, після закінчення якого припиняють діяльність, якщо не було прийнято рішення про продовження строку діяльності. Це дозволяє фонду, лише після припинення діяльності, за результатами своєї діяльності сплачувати податки.

Оскільки інвестиції у закритий строковий венчурний фонд допомагають «оптимізувати» оподаткування, диверсифікувати ризики, реалізовувати

належний контроль над об'єктами інвестицій – вони є привабливими для інвесторів.

5.2. Типологія стратегій та прикладна ідентифікація стратегічних альтернатив розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств

Проблемними аспектами в формуванні та функціонуванні існуючої системи інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств є : обмеженість у виборі джерел фінансування, серед яких відсутні традиційні для зарубіжних країн суб'єкти ринку капіталу; недостатній рівень капіталізації інвестиційних фондів для фінансування та розвитку високотехнологічних проектів в агропромисловому виробництві; низький рівень комерціалізації інноваційних проектів; недосконала законодавча база захисту прав інвесторів; негнучкість існуючих організаційно-правових форм для реалізації інноваційних проектів розвитку.

Дослідження допомогли виявити, що найбільш доцільний напрям втілення процесу стратегічного планування це аналіз виокремлених стратегій інноваційно-інвестиційної діяльності через призму їх співвіднесення з загальними стратегіями підприємства (рис. 5.6).

Зазначений підхід значно полегшує деталізацію стратегій, а встановлення відповідності з загальною стратегією підприємства робить неможливим прийняття стратегічних рішень в практиці менеджменту, невідповідних рівню розвитку економічного потенціалу підприємства .

Можна виокремити основні фактори, що пов'язані з середовищем функціонування підприємства і мають вплив при виборі стратегії, а саме: привабливість стратегічної зони господарювання (впливає на вид стратегії (зростання або адаптації) і ступінь її агресивності); при виборі стратегії розвитку стан галузі й сильні сторони організації можуть мати вирішальне

значення - підприємства можуть використовувати стратегію концентрованого або інтегрованого зростання чи стратегію захисту своїх ринкових позицій від конкурентів-послідовників, а також стратегії диверсифікації; стратегії конкурентів та їх кількість (вид ринку за типом конкуренції, кількість конкурентів, їх позиції, активність і стратегії конкуренції суттєво впливають на вибір варіанта стратегії).

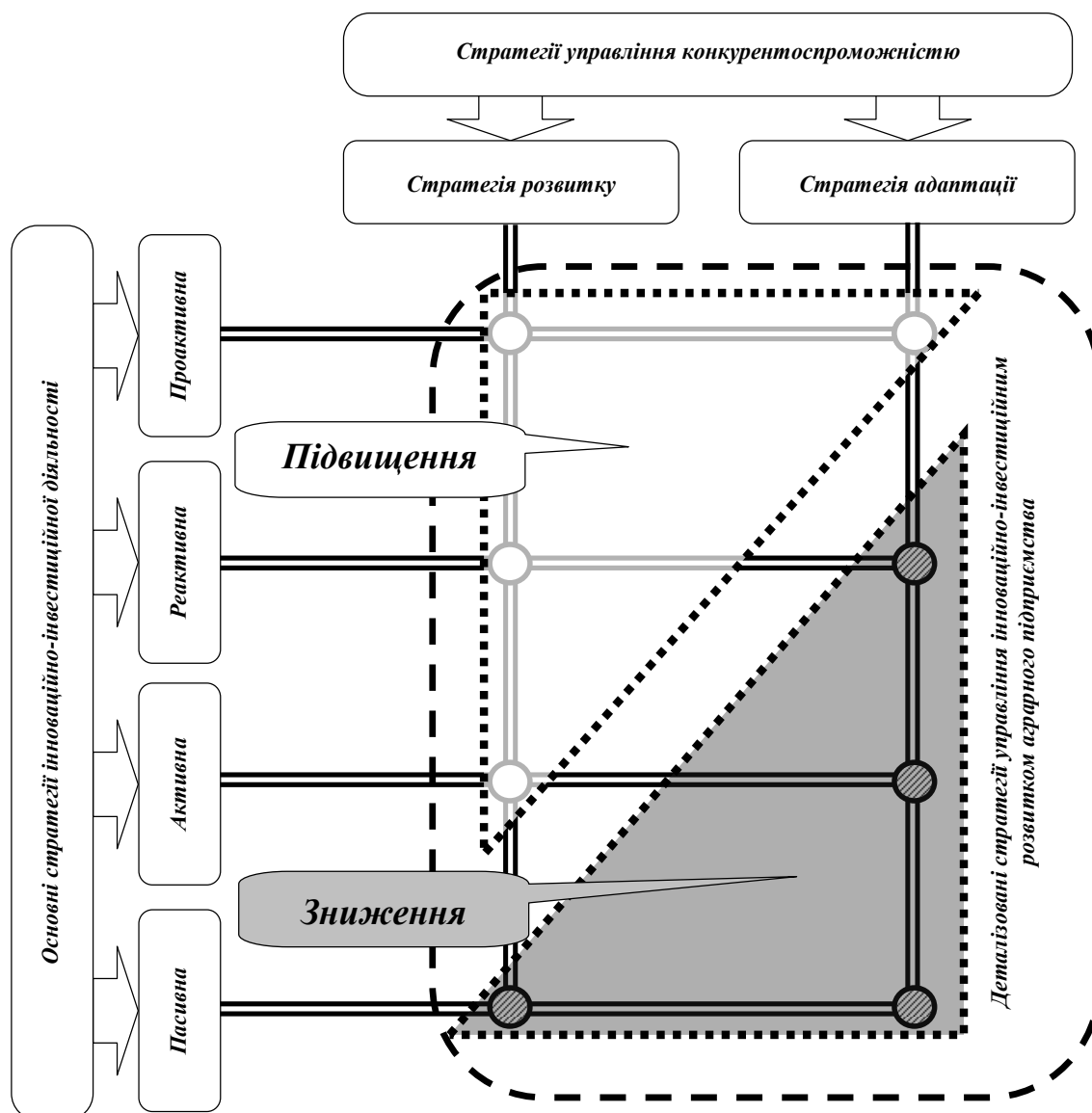


Рис. 5.6. Співвіднесення інноваційно-інвестиційних та конкурентних стратегій аграрних підприємств

Якщо наразі підприємство не розуміє якої стратегії притримується, неможливо прийняти рішення щодо вибору майбутнього варіанта стратегії. При визначенні виду нинішньої організації, потрібно враховувати зовнішні та

внутрішні фактори: широту діяльності організації; різноманітність продукції (послуг), що виготовляється; загальний характер і природу купівель та продаж організацією частин своєї власності; структуру та спрямованість діяльності організації за останній період; можливості, на які орієнтувалася організація у своєму розвитку; цілі організації; критерії розподілу ресурсів і структуру капіталовкладень; ставлення до фінансового ризику; стратегії окремих функціональних сфер. На практиці організація може водночас реалізовувати кілька стратегій. Особливо це характерно широко диверсифікованим організаціям. Організація в межах базової стратегії може вибрати один із кількох напрямів дій, що називаються стратегічними альтернативами.

Основними стратегічними альтернативами по базових стратегіях є представлені в табл. 5.1.

Таблиця 5.1

Стратегічні альтернативи базових стратегій аграрного підприємства

Варіант базової стратегії	Стратегічні альтернативи
Стратегія зростання	Інтенсифікація ринку, інтегроване зростання, географічна експансія, міжфірмове співробітництво, кооперація, зовнішньоекономічна діяльність
Стратегія стабілізації	Економія ресурсів, ревізія витрат, селективність. Балансування на ринках, пошук нових стратегічних зон господарювання, зміна цінової політики
Стратегія виживання (реструктуризація)	Зміна товарної політики, зміна стратегії маркетингу, перепрофілювання організації, виокремлення структурних підрозділів з утворенням нових юридичних осіб, об'єднання (злиття) підприємств з утворенням нової юридичної особи, удосконалення управління фірмою
Стратегія скорочення	Скорочення витрат, скорочення окремих видів бізнесу, стратегія "збору врожаю", стратегія ліквідації організації

Вибір стратегічної альтернативи потрібно здійснювати, ґрунтуючись на оцінці шансів та ризиків, що є вірогіднішими для кожної з них. При цьому можна користуватися різними методами: "мозкової атаки" (колективної генерації ідей, оцінки стратегій розвитку), Дельфі (анкетування та формування діапазону думок експертів з вибору оптимальної стратегії розвитку організації), аналітико-ієрархічного прогнозування (вибір альтернативного

варіанта дій з управлінням цілей фірми, сценаріїв розвитку умов діяльності організації, витрат на здійснення заходів).

Оцінити обґрунтовану стратегічну альтернативу можна використовувачи такий критерій як можливість досягнення з її допомогою цілей організації.

Якщо стратегія відповідає даному критерію, то її дієздатність можна визначити за напрямками:

1. Відповідність стратегії стану та вимогам оточення. При цьому аналізується, наскільки стратегія відповідає вимогам бізнес-середовища, враховуються фактори динаміки ринку, життєвого циклу продукту, галузі, організації, можливості появи та розвитку нових конкурентних переваг.

2. Наскільки відповідає обрана стратегія потенціалу та можливостям організації. Оцінюється, як обрана стратегія пов'язана з іншими стратегіями й чи відповідає вона можливостям персоналу та іншим можливостям організації.

3. Терпимість до ризику, який супроводжує стратегію.

Оцінюють ризик за напрямками: реалістичність передумов, що покладені в основу вибору стратегії; негативні наслідки для організації у разі невдачі; співвідношення можливого позитивного результату й ризику втрат при безрезультатній реалізації стратегії.

Результати дослідження свідчать, що технічно ефективними протягом 2015 р. із 212 аграрних підприємств були 12 (коефіцієнт технічної ефективності їх діяльності дорівнює одиниці). Це значить, що 12,0 % від загальної кількості підприємств здобули високі показники ефективності використання свого ресурсного потенціалу. Нами здійснено ранжування досліджених аграрних підприємств (рис. 5.7) та їх групування (табл. 5.2) згідно з отриманими показниками технічної ефективності за коефіцієнтом технічної ефективності.

Одержані результати економіко-математичної моделі вказують що більшість підприємств є низькоефективними, середній коефіцієнт їх технічної ефективності становив 0,41. Встановлено (табл. 5.2), що досліджувані підприємства умовно поділяються на чотири групи: група низькоефективних

підприємств (57 % від загальної кількості, середній коефіцієнт ефективності яких склав 0,23). До групи середньоєфективних господарств увійшло 28 % підприємств, середнє значення коефіцієнта ефективності становило 0,50.

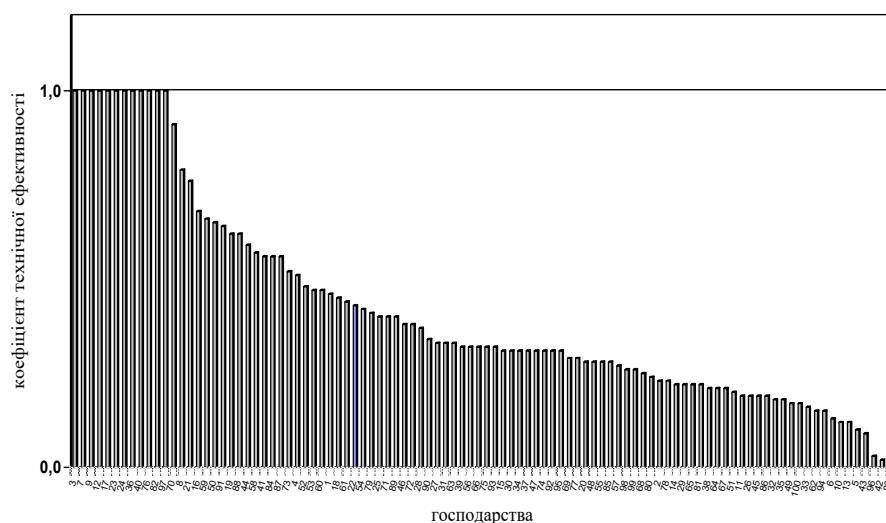


Рис. 5.7. Ранжування аграрних підприємств за коефіцієнтом технічної ефективності

Таблиця 5.2

Групування аграрних підприємств за коефіцієнтом технічної ефективності

Групи підприємств за коефіцієнтом технічної ефективності			Кількість підприємств у групі	Середнє значення технічної ефективності у групі, коефіцієнт
Номер групи	Назва групи	Значення коефіцієнта		
I	низькоефективна	від 0,0 до 0,35	57	0,23
II	середньоєфективна	від 0,36 до 0,70	28	0,50
III	результативна	від 0,71 до 0,99	3	0,82
IV	абсолютно ефективна	1,0	12	1,0
Всього або в середньому	—		100	0,41

Зазначена група підприємств зможе зменшити у майбутньому використання своїх ресурсів проти фактичного на 20 – 35%. Аграрним підприємствам третьої групи (результативна група) щоб отримати кращий результат, потрібно зменшити використання своїх ресурсів на 5 - 15% проти їх фактичного витрачання (3 господарства, середній коефіцієнт становив 0,82).

Найкращі результати у аграрних підприємствах четвертої групи (до якої увійшло 12 абсолютно ефективних господарств), оскільки середній показник технічної ефективності становив 1,0. При найменших затратах ці підприємства мають найвищі економічні результати.

Щоб визначити пряму залежність рівня технічної ефективності від вихідного показника, потрібно групувати аграрні підприємства за результативною ознакою – виручкою від реалізації.

Аналізуючи дані табл. 5.3, бачимо, що коефіцієнт ефективності прямо пропорційно залежить від розміру підприємства (при збільшенні виручки від реалізації сільськогосподарської продукції відповідно зростає коефіцієнт технічної ефективності).

Таблиця 5.3

Взаємозв'язок показника технічної ефективності та розмірів аграрних підприємств

Група підприємств за виручкою від реалізації, тис. грн	Кількість підприємств у групі	Середнє значення виручки від реалізації, тис. грн	Середнє значення технічної ефективності, коефіцієнт
I – до 10000	53	3510,03	0,38
II – 10000,1 – 100000	36	39788,57	0,44
III – понад 100000,1	11	450682,72	0,47
Разом або в середньому	100	164660,44	0,43

Вважаємо доцільним виконання групування аграрних підприємств за вхідними ресурсами – вартість орендної плати, фонд оплати праці, матеріальні витрати і вартість умовного поголів'я (табл. 5.4 – 5.7).

Залежність технічної ефективності від вартості орендної плати аграрних підприємств

Група підприємств за вартістю орендної плати, тис.грн	Кількість підприємств у групі	Середнє значення за вартістю орендної плати тис. грн	Середнє значення технічної ефективності, коефіцієнт
I – до 1000	76	292,49	0,42
II – 1000,1 - 5000	19	2439,81	0,42
III – понад 5000,1	5	22443,34	0,27
Разом або в середньому	100	6128,9	0,37

Згрупувавши підприємств за певними особливостями, можна зробити висновок, що вартість орендної плати за використання земельних угідь, вартість умовного поголів'я та матеріальні витрати обернено залежні від коефіцієнта технічної ефективності, тобто при зростанні відповідних показників коефіцієнт ефективності зменшується.

Таблиця 5.5

Залежність технічної ефективності від розміру фонду оплати праці працівників аграрних підприємств

Група підприємств за розміром фонду оплати праці, тис.грн	Кількість підприємств у групі	Середнє значення фонду оплати праці, тис. грн	Середнє значення технічної ефективності, коефіцієнт
I – до 1000	56	413,18	0,44
II – 1000,1 - 5000	34	2549,19	0,39
III – понад 5000,1	10	31901,27	0,30
Разом або в середньому	100	23942,57	0,37

В даному випадку оплата праці виступає чинником, що не впливає на ефективність.

Використавши DEA – аналіз, отримали дані щоб визначити та порівняти рівень ефективності аграрних підприємств, визначили оптимальне співвідношення ресурсів що використовуються на підприємстві та встановили взаємозв'язок вхідних ресурсів господарств із коефіцієнтом технічної ефективності.

Таблиця 5.6

Залежність технічної ефективності від обсягу матеріальних витрат, які увійшли до собівартості продукції аграрних підприємств

Група підприємств за обсягом матеріальних витрат, тис.грн	Кількість підприємств у групі	Середнє значення обсягу матеріальних витрат, тис.грн	Середнє значення технічної ефективності, коефіцієнт
I – до 5000	36	2363,54	0,44
II – 5000,1 – 30000	37	14908,92	0,42
III – понад 30000	27	196834,80	0,36
Разом або в середньому	100	71369,08	0,40

Таблиця 5.7

Залежність технічної ефективності від вартості умовного поголів'я аграрних підприємств

Група підприємств за вартістю умовного поголів'я, тис.грн	Кількість підприємств у групі	Середнє значення, вартості умовного поголів'я, тис.грн	Середнє значення технічної ефективності, коефіцієнт
I – до 5000	55	2123,85	0,46
II – 5000,1 – 20000	27	10930,33	0,37
III – понад 20000,1	18	99032,39	0,31
Разом або в середньому	100	37362,19	0,38

Доволі поширеним серед методів багатовимірної статистики є метод головних компонент у факторному аналізі, який генерує ознакову множину моделі. Даний метод розраховується за допомогою програми Statistika V5,5A.

Метод головних компонент. при проведенні факторного аналізу на основі вихідної матриці показників, допоможе прорахувати фактори що суттєво впливають на ефективність виробництва та збуту аграрних підприємств. Потрібно звернути увагу на такі фактори: орендна плата за використання земельних угідь, матеріальні витрати (без орендної плати), витрати на оплату праці; вартість поголів'я, повна собівартість реалізованої продукції, кількість працівників, обсяг виробленої продукції, розмір дотацій, виручка від реалізації продукції.

Використовуючи зазначені стратегії підприємством, необхідно постійно

та достовірно відстежувати кон'юнктурні характеристики цільового ринку продукції, використовуючи інструменти маркетингових досліджень, цінового моніторингу та сучасні методи прогнозування та планування. Неможливо, без актуальної інформаційної бази, довести такі стратегії до ступеню практичної реалізації у вигляді відповідних управлінських процедур.

Еволюційне зростання концепцій маркетингу вплинуло на розвиток поняття системи маркетингової інформації та його зв'язок з новими видами інформації та інформаційних технологій. Спочатку функціонування маркетингових інформаційних систем відбувалося з розрізненими масивами інформації (надходять нерегулярно із зовнішнього середовища), після поступово хід збору і обробки маркетингової інформації стає систематизованим, а інформація – більш інтегрованою, завдяки чому спростився аналіз та використання даних підприємств, покращилася якість даних, що надходять в систему. Розвиток маркетингових інформаційних систем проходив від збору та аналізу детальної та рутинної інформації до керування більш узагальненою інформацією, необхідною для прийняття управлінських та стратегічних рішень. Процес інтеграції вплинув як на маркетингові інформаційні системи, так і на окремі інформаційні системи підприємств, заснував новий етап роботи з інформацією – створення глобальних інформаційних систем.

У світі поштовх для зростання сучасних систем маркетингової інформації дало покращення інформаційних технологій в 90-ті роки. В той час стали розробляти та використовувати системи, які дозволили вагомо зменшити витрати для зберігання одиниці інформації, підвищити швидкість обробки і аналізу даних, стрімко розвивалися телекомунікації та електронні засоби передачі інформації, розширилися перспективи роботи з інформаційним простором Інтернет. Останніми роками суттєво зросла кількість компаній в

розвинених країнах, що користуються маркетинговими інформаційними системами, на це суттєво вплинули покращені технічні можливості при створенні інформаційних систем. Проведені дослідження в 1991 році, що присвячених системам маркетингової інформації, виявили, що більше 90% компаній використовували ЗМІ в своїй діяльності, в той час як в 1985 році системами маркетингової інформації користувалися лише 75% компаній, а в 1971 році – всього в 30%. За майже десять років (80-ті рр.) число підприємств Європи та США, що розглядали маркетингову складову як провідну у стратегії розвитку, збільшилося в 4 рази (майже 80% від загальної кількості).

Еволюція систем маркетингової інформації та підвищення можливостей обробки і аналізу даних допомогли посилити роль маркетингової інформаційної системи в інформаційному забезпеченні прийняття рішень управлінської ієрархії. Раніше менеджери вищого щабля при прийнятті рішень сподівалися більшою мірою на свою інтуїцію, ніж на підручну інформацію, а інформаційні системи забезпечували потреби в інформації нижчого управлінського щабля, наразі неухильно зростає використання систем маркетингової інформації менеджери вищого і середньої ланки.

Щоб виокремити основні тенденції покращення інформаційного забезпечення маркетингової діяльності, вважаємо за необхідне формулювання основних напрямів розвитку маркетингової інформаційної системи в цілому. Потрібно скористатися методом структурного аналізу, використовуючи при цьому схему маркетингової інформаційної системи. Проводячи такий аналіз, потрібно пам'ятати, що інформаційне забезпечення невід'ємна складова маркетингової інформаційної системи в цілому та наявне в елементах системи та їх взаємозв'язках.

Провідними компонентами маркетингової інформаційної системи є: система внутрішньої звітності підприємства; система маркетингових

досліджень; система збирання поточної зовнішньої маркетингової інформації; система аналізу маркетингової інформації.

Потрібно розглянути вказані складові з огляду на покращення маркетингової інформаційної системи, та інформаційного забезпечення маркетингової діяльності, як об'єкту цього дослідження:

1. Система внутрішньої звітності підприємства – напрями вдосконалення.

Структурування масиву внутрішньої документації підприємства використовують як покращення інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в розрізі часток комплексу маркетингу задля подальшої оптимізації складу документів по групах і продукування загальних уніфікованих вимог щодо їх змісту. Потрібно звернути увагу на кількісні показники ефективності організації документаційного забезпечення маркетингової діяльності. Перспективним, на нашу думку, буде ранжування зовнішніх джерел первинної інформації за рівнем відповідності одержуваних з них матеріалів критеріями своєчасності, повноти, достовірності маркетингової інформації.

Також, як один з шляхів удосконалення інформаційного забезпечення, вважаємо доцільним виділити все більш жорсткіші і зростаючі потреби до структуривання та якості первісної інформації у суб'єкта дослідження [65].

Критерії, яким повинна відповідати якісна інформація:

- повнота;
- об'єктивність (відображення реальності);
- достовірність (точність);
- адекватність (додержання наукових принципів збору та обробки);
- доступність (для сприйняття);
- актуальність (користь при прийнятті рішення);
- релевантність (відповідність цілям і завданням).

Ці властивості інформації використовувалися як критерії її якості (приклад застосування такого підходу - табл. 1.2 «Зведена класифікація продукції»).

2. Система накопичення поточної зовнішньої маркетингової інформації – шляхи вдосконалення.

В зарубіжних країнах до сучасних напрямків роботи з системами маркетингової інформації можна віднести три основних:

- впровадження інноваційних розробок для проведення збору та аналізу інформації;
- створення нових підходів на основі вже існуючих або пристосування до нових умов при аналізі ринку,
- застосування загальних інновацій при пошуку, обробці і аналізу інформації, які ґрунтуються на фундаментальних розробках інформаційних технологій.

Останнім часом нові підходи до збору даних набули широкого поширення: CATI (пристрій для комп'ютеризованих телефонних опитувань), CAPI (пристрій для комп'ютеризованих особистих інтерв'ю), сканери, People meters (пристрої для оцінки популярності різних телевізійних програм), EPOS (електронний пункт продажу) – пристрої, засновані на технології сканування штрих-кодів, що дозволяють одержувати повну інформацію про продажі та ціни з кожної торгової точки, і інших електронних пристроїв. Тобто здійснюється зростання ефективності систем маркетингової інформації, можливості пристосування та швидкості обробки інформації. Крім того, завдяки таким інструментам, суттєво зростає об'єктивність інформації, що збирається.

3. Система маркетингових досліджень – шляхи вдосконалення

Маркетингові дослідження ринку повинні проводитися системно та

постійно, що дозволить використовувати отримані результати у поточному та стратегічному плануванні. Щоб уникнути фінансові та комерційні ризики, натомість отримавши прибуток, потрібно аналізувати конкурентне середовище та визначати переваги над конкурентами, що в подальшому дозволить підвищити ефективність інформаційних комунікацій та погодити стратегію для подальшого розвитку.

В умовах динамічно змінюваного ринкового середовища, стабільність конкурентоспроможного положення підприємства забезпечується за рахунок ряду різних ресурсів, одним з яких є інформаційний. Інформація маркетингових досліджень є частиною управлінського рішення, обумовлює кількісно-якісну перевагу підприємств на ринку, в тому числі спричиняє зміни та перехід конкурентної боротьби з рівня «копіювання» переваг до стратегічного рівня їх формування. Так як інформація є підсумком реалізації процесу маркетингового дослідження, то важливим моментом в дослідженні факторів, що впливають на конкурентоспроможність суб'єктів ринку, є процес. Так, потрібно врахувати, що при інших рівних умовах здійснення процесу маркетингового дослідження суб'єктами господарювання на практиці призводить до різних інформаційних характеристик і фактів, що є необхідними в досягненні цілей підприємства. [66]

4. Система аналізу маркетингової інформації – шляхи вдосконалення

Робота з інформацією потребує постійного вдосконалення, для цього потрібно використовувати нові технології, що зменшать час та якість обробки інформації. Деякі компанії використовують в маркетингу складні інструменти - нейронні мережі та штучний інтелект, які допомагають не тільки виокремити очевидні взаємозв'язки між споживачами, продуктами і ринками, як це допускають стандартні методи аналізу, а й розрахувати змінні для кожного споживача, і, таким чином, одержати точні дані [67].

Завдяки переходу від масового до індивідуального підходу у теорії продажу виник цільовий маркетинг, а слідом сформувалися нові методи обробки та структурування інформації (наприклад, бази даних маркетингу). Поступово ринок розвинутих країн виявився настільки дрібно сегментованим, що здобуток найдрібніших сегментів зробився майже неможливим при традиційних методах маркетингу. При жорсткій конкуренції, кожен споживач є об'єктом уваги компаній, що виробляють споживчі товари, які щоб здержати ринкові позиції працюють з покупцями завдяки інтегрованим засобам комунікації, телекомунікації та баз даних, пріоритетною функцією яких є налагодження зворотного зв'язку з ринком.

Приймаючи маркетингові рішення, обов'язково потрібно використовувати бази даних, які повинні бути сформовані таким чином, щоб були зрозумілою та корисною для споживачів. Різноманітність інформації, її призначення, структура вимагає застосування підходу, що допоможе споживачеві визначити індивідуальні потреби, орієнтуючись на поведінку у поточному періоді та протягом визначеного періоду. Така інформація містить дані про те, які продукти і в яких комбінаціях купував зазначений покупець, за якими цінами і в яких заходах по стимулюванню він брав участь і т. п. Збутова діяльність підприємства впливає на структуру та наповнення бази даних, а завдяки підтриманню зворотнього зв'язку зі споживачами з'являється можливість накопичувати інформацію про реагування та зміни у поведінці та вимоги щодо якості товару та асортименту [68].

Особливостями системи маркетингової інформації підприємств агропродовольчої сфери є можливості накопичення нової інформації, що в подальшому зумовлює потреби у новій інформації про групи споживачів, які слабо або взагалі не реагують на товар та його позитивні характеристики. Відповідно підприємство як спонукає надходження і поширення інформації у

ринковому середовищі, так і використовує інформацію через задоволення потреб ринку, для підвищення ефективності діяльності. Саме тому комунікаційний інструмент маркетингу є основою для генерування інформаційних потоків у ринковому середовищі між товаровиробниками, споживачами, посередниками та іншими підприємствами ринкової інфраструктури.

Звичні засоби зв'язку виробника та споживача, безумовно, допомагають розповсюджувати інформацію про підприємство, його продукцію та отримувати запити на визначені види продукції, що цікавлять посередників та споживачів, але відмічається певна обмеженість та інертність інформаційного потоку.

Потрібно відмітити ще один вагомий системний напрямок удосконалення – перехід від системи, яка містить набір розрізнених даних, до системи маркетингових знань (knowledge система). Цей перехід є важливим напрямом в роботі з інформацією у більшості західних компаній. Інформація, яка наявна в компанії, з часом застаріває, втрачає своє значення і не має цінності для компанії в довгостроковій перспективі. Цінність інформації підвищується тоді, коли вона узагальнюється і набуває форми знань, що зберігаються в компанії та є основою для ефективних рішень [69].

Маркетингові знання становлять нагромаджений інтелектуальний капітал компанії, що містить дані та ідеї, і потрібен для прийняття найбільш ефективних рішень управлінським апаратом компанії. Завдяки новітнім інформаційним технологіям обсяг даних, що надходить, помітно зріс, тобто виявилось що сучасні системи маркетингової інформації нездатні переробити всі наявні дані та надати вчасно потрібні для компанії дані. Тільки створення системи маркетингових знань, допомогло компаніям скористатися даними, накопиченими в компанії.

При формуванні системи знань, здійснюється крок від ізольованих джерел інформації до нової системи, яка містить всі джерела даних і знання в компанії, спричиняє універсалізацію принципів роботи з інформацією. Система знань про ринок є експертною системою інформаційної підтримки, в якій поєднуються знання експертів компанії, для аргументування управлінських рішень та вироблення шляхів пошуку відповідей на запитання що виникають в сфері маркетингу. Управління такими знаннями дає можливість оцінювати не окремі ринкові аспекти, а отримувати цілісну картину, не тільки відповідати на питання "що сталося?", але і пояснювати причину "чому це сталося?". Система маркетингових знань допомагає адаптуватися до проблем і потреб, що є в компанії, відслідковувати ефект синергії, який отримуємо в результаті впливу на елементи комплексу маркетингу. Іншими словами, система маркетингових знань є найрозвиненішою системою маркетингової інформації в сучасних умовах.

Застосовуючи елементи функціонального аналізу при пошуку напрямів покращення системи інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства, потрібно відзначити одну з основних функцій системи – підготовку і забезпечення управлінських рішень на основі корисної інформації виданої системою.

На наш погляд, особливу увагу слід приділити визначенню пріоритетів при створенні системи маркетингової інформації (одному з шляхів удосконалення) як механізму забезпечення управлінських рішень. При цьому потрібно обґрунтувати доцільність гармонійного розвитку її основних і взаємопов'язаних елементів – маркетингової інформаційної системи та системи збору маркетингової інформації.

Змістовний аналіз існуючої системи інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств допоміг виокремити проблемні аспекти в

формуванні та функціонуванні: обмеженість у виборі джерел фінансування, (відсутні традиційні для зарубіжних країн суб'єкти ринку капіталу); недостатній рівень капіталізації інвестиційних фондів для фінансування та розвитку високотехнологічних проектів в агропромисловому виробництві; низький рівень комерціалізації інноваційних проектів; недосконала законодавча база захисту прав інвесторів; негнучкість існуючих організаційно-правових форм для реалізації інноваційних проектів розвитку.

Наведений підхід значно спрощує деталізацію стратегій, а визначення відповідності з загальною стратегією підприємства робить неможливим прийняття стратегічних рішень в практиці менеджменту, невідповідних рівню розвитку економічного потенціалу підприємства .

5.3. Процедурні аспекти генерування та імплементації стратегій розвитку потенціалу конкурентоспроможності аграрних підприємств

Об'єктивним чинником зміни систем управління маркетингово-збутовою діяльністю продукції аграрних підприємств є трансформації в дії каналів ринкового розподілу продукції. Зважаючи на те, що поодинокими випадками прояву прямого збуту або побудови товаровиробниками вертикальних маркетингових систем є продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на ринку, критичними для даної ситуації є коливання питомої ваги обсягу аграрної продукції, що реалізується через комерційні ланцюги торговельних посередників.

В дослідженні розроблено модель побудови системи управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрного підприємства, яка відповідає стратегічному напрямку його розвитку.

Втілення в життя моделі передбачає реалізацію управлінських заходів, які повертають систему до статичного стану. На мікрорівні дані флуктуації накладаються одна на одну, завдяки чому проходить певним чином розвиток комерційної діяльності підприємства. В свою чергу, напрям розвитку характеризується напрямом зміни моделей побудови маркетингово-збутових систем вживанням відповідних стратегій. Останні реалізують практичний, з позицій менеджменту підприємства, напрям розвитку загальної виробничо-комерційної політики підприємства.

За сучасних умов господарювання, від підприємств вимагають використання інтегрованого підходу до управління збутом, що передбачає сполучення інструментів стратегічного менеджменту і стратегічного маркетингу.

За мінливих умов маркетингового середовища, стратегічне маркетингове управління збутом підприємств передбачає проведення стратегічних змін, насамперед, в області організаційної структури і корпоративної культури (рис. 5.8).

Наявні організаційні структури у підприємствах (лінійно-функціональні), що не встигають відповідати змінам зовнішнього середовища, потребують перепрофілювання на стратегічне маркетингове управління. Даний процес відбувається шляхом запровадження посади радника зі стратегічного маркетингового управління збутом, формування проектних груп управління процесом реалізації маркетингових стратегій управління збутом. Виняткової ролі в умовах стратегічної маркетингової орієнтації підприємств набуває корпоративна культура, завдяки високому рівню якої можна ефективно реалізувати маркетингові стратегії управління збутом. Необхідною є наявність лідера, котрий зможе сформувати оптимальні умови роботи збутового персоналу. Оцінювати ступінь корпоративної культури підприємств

що аналізуються (згрупованих в залежності від стадії їх життєвого циклу) варто проводити за параметрами: стиль управління, кадрова політика підприємства, система передачі інформації.



Рис. 5.8. Процес адаптації організаційної структури управління підприємства до реалізації маркетингових стратегій управління збутом

На багатокритеріальному підході до відбору, прийому, стимулювання і звільнення збутового персоналу повинна ґрунтуватися кадрова політика. Збутовий персонал має не тільки розуміти філософію створення та історію підприємства, але усвідомлювати власну роль у процесі його функціонування.

Також, підприємствам потрібно покращити систему передачі інформації між окремими працівниками та функціональними підрозділами.

На зміцнення корпоративної культури впливають зовнішнє і внутрішнє оформлення підприємства, але не всі торговельні підприємства на сьогодні змінюють інтер'єр належно обраному стратегічному напрямку розвитку.

Тобто, обов'язковою складовою стратегічного маркетингового управління збутом підприємств є створення корпоративної культури.

Комплексна система стратегічного маркетингового управління збутом – це система взаємопов'язаних елементів стратегічного маркетингового управління збутом, завдяки максимальному використанню яких гарантуватиме підприємству довгострокову конкурентну перевагу на цільовому ринку.

Удосконалена комплексна система стратегічного маркетингового управління збутом також складається з систем: системи стратегічного маркетингового управління збутом; системи забезпечення стратегічного маркетингового управління збутом; системи підтримки стратегічного маркетингового управління збутом.

Система стратегічного маркетингового управління збутом складається з підсистем стратегічного маркетингового планування збуту, стратегічної маркетингової організації збуту, стратегічного маркетингового аналізу збуту і стратегічного маркетингового контролю збуту.

Всередині підсистеми стратегічної маркетингової організації збуту розвивається модель оцінки рівня корпоративної культури підприємства, за

якої оцінюється оптимальність стилю управління, оптимальність кадрової політики, оптимальність системи передачі інформації, оптимальності оформлення підприємства.

В дослідженні удосконалено модель оцінки якості процедури збуту, за якої не тільки оцінюється повнота використання методів збуту, а й оцінюється компетентність збутового персоналу, оцінюється ступінь використання заходів мерчендайзингу, оцінюється рівень використання заходів стимулювання збуту та ступінь використання додаткових послуг.

До система забезпечення стратегічного маркетингового управління збутом входить сім підсистем: підсистему стратегічного маркетингового корпоративного управління; підсистему стратегічного маркетингового управління цільовим ринком; підсистему стратегічного маркетингового управління товарною політикою; підсистему стратегічного маркетингового управління ціновою політикою; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовим потенціалом; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовим персоналом; підсистему стратегічного маркетингового управління збутовими ризиками.

Система підтримки стратегічного маркетингового управління збутом включає дві підсистеми: підсистему інформаційної підтримки і підсистему маркетингової підтримки. У межах даної системи використовують систему сервісу для торговельних підприємств.

У третьому розділі розроблено систему маркетингових стратегій управління збутом (пам'ятаючи про стадії життєвого циклу підприємства), яка містить групи стратегій: управління бізнесом (на основі стратегічного аналізу, проведеного за допомогою матриць ADL/LC і Shell/DPM); управління цільовим ринком (стратегії сегментації; стратегії вибору цільового ринку; стратегії позиціонування; стратегії "залучення/утримання" покупців; стратегії

управління "прихильністю" покупців); управління товарним портфелем (на основі матриці Мак-Кінзі); цінові стратегії (з урахуванням типу покупців); управління збутовим потенціалом; управління збутовими ризиками; управління збутовим персоналом.

Зазвичай, стратегія підприємства формується із планованих дій: перша – вироблення та реалізація стратегії (спрямована стратегія), друга – проведення потрібних поправок при виникненні незапланованих обставин (непередбачені стратегічні рішення). Водночас, підприємство має обґрунтувати стратегію дій та мати можливість пристосування до обставин, що виникають. Стратегія — це не тільки те, що менеджери заздалегідь вигадали і збираються втілити в життя щоб реалізувати стратегічний план. Події в реальному житті постійно вносять поправки, тому неможливо спрогнозувати всі стратегічні варіанти.

Вивчаючи проблеми стратегічного управління збутовою діяльністю переробних підприємств потрібно розуміти, що стратегії підприємства потрібно розглядати за функціональною ознакою. Одним із напрямів стратегічного управління за функціональною спрямованістю є маркетингове.

Від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища залежить вибір маркетингової стратегії, яку, на думку деяких авторів, можна розглядати як комплексний план для здійснення місії підприємства. За формою стратегія — один з управлінських документів, який може бути представлений за допомогою графіків, таблиць і т.п. За змістом стратегія — це множина дій для досягнення цілей організації.

Стратегічний підхід до збутової діяльності передбачає розробку цілей, стратегій у сфері збуту й програм щодо їх досягнення. З допомогою стратегій окреслюють напрям до підвищення ефективності збутової діяльності і розвитку підприємства. Вихідним пунктом у здійсненні стратегії збуту є його

цільова спрямованість.

При цьому стратегія збуту, як стверджує Косарева Т. (або збутової діяльності), підприємств – це довгострокове планування методологія процесу організації та управління збутом, яка дозволяє успішно реалізовувати філософію ведення збуту певним підприємством-продавцем [3, с. 73]. И. Бажин тлумачить «стратегію збуту», як організацію процесу продажу продукції самим виробником або через торгових посередників відповідно до всього комплексу ринкових та виробничих факторів [1, с. 119]. Балабанова Л.В. та Балабаниць А.В. дають детальне визначення: стратегія збуту, на їх думку, являє собою узагальнену модель дій, необхідних для досягнення цілей збуту, і включає всі операції, пов'язані плануванням і прийняттям рішень у даній сфері. За своєю сутністю стратегія збуту – це набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується у своїй діяльності [2, с. 76]. Іншими словами стратегія збуту — це безупинний процес, що розпочинається з утвердження сучасної позиції підприємства. Як правило, даний процес індивідуальний і вимагає ретельного аналізу збутової діяльності підприємства та структурних підрозділів.

Стратегія збуту — це комплексний план дій, який забезпечує досягнення цілей підприємства в сфері збуту, процес проходження якого своєрідний «принцип поведінки» в умовах динамічної кон'юнктури ринку. Актуальною проблемою підприємств харчової промисловості є проблема організації та ефективного управління збутовою діяльністю, тобто з'являється проблема формування стратегічних засад збуту переробних підприємств.

Визначаючи стратегію збуту підприємств харчової промисловості потрібно пам'ятати, що ці підприємства функціонують на специфічних ринках, з певними особливостями. Такі ринки умовно можна поділити на три групи за особливостями попиту: перша — споживчі ринки, товари яких є

товарами повсякденного постійного попиту, входять до «споживчого кошику»; друга — ринки товарів, які також відносяться до товарів повсякденного попиту, але їх купівля не обов'язкова та проходить виходячи із смаків споживачів; третя — товари особливого попиту з унікальними характеристиками. Оптимальним варіантом стратегії збуту для виробників першої групи товарів, за умов що склалися на продовольчому ринку України, є використання соціально-етичного маркетингу та, як результат стратегії, цінового лідера. Підприємства з товарами другої групи застосовують іншу концепцію — концепцію сучасного (або традиційного) маркетингу та різноманітні збутові стратегії, відповідно до кон'юнктури товарного ринку, найпоширеніша — стратегія диференціації. Третя група товарів реалізується при застосуванні стратегії концентрації.

Одним із вагомих факторів ефективності діяльності переробних підприємств, за умов динамічного розвитку конкурентного ринкового середовища та зростання впливу інформаційного суспільства на розвиток економіки є стратегія підприємства. Отже, стає важливою роль процесу маркетингового стратегічного планування діяльності переробних підприємств. На практиці, перед підприємствами, які знаходяться в конкурентному середовищі, постають проблеми покращення загальних підходів до процесу створення стратегічних планів. За допомогою впровадження в практичну діяльність сучасних інструментів стратегічного маркетингу, можливо досягнути високого економічного ефекту в процесі здійснення маркетингової діяльності підприємствами.

Модель формування стратегії переробного підприємства - комплекс систематичних дій підприємства, що передбачає, крім традиційних для стратегічного планування етапів (формування місії переробного підприємства; визначення цілей; SWOT-аналізу; формування маркетингових

стратегії; розробки програми маркетингу; її організації та реалізації), використання під час формування маркетингових стратегій стратегічних моделей, які допоможуть обрати найоптимальніший шлях досягнення цілей підприємства.

Наведена схема процесу стратегічного маркетингового планування включає три фази: планування стратегії маркетингу; здійснення стратегії переробного підприємства; контроль за процесом здійснення стратегії підприємства. Така схема показує на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях управління дію стратегічного управління.

Задля знаходження найбільш ефективного інструментарію стратегічного планування збутової діяльності переробного підприємства, беручи за основу дані маркетингових досліджень, пропонуємо переглянути процес стратегічного маркетингового планування. При цьому на наш погляд, непотрібно передивлятися процес стратегічного планування повністю, адже схема процесу здійснення та деякі етапи є традиційними (загальновизнаними). До етапів маркетингового стратегічного планування, вважаємо, потрібно віднести:

Етап 1. Створення місії переробного підприємства. Місія – чітко означене, соціально значуще, функціональне призначення підприємства в довгостроковому періоді.

Є два загальновідомих підходи до її формування. Перший – місія підприємства приймається як спосіб визначення основних напрямів діяльності підприємства. Другий – Ешридська модель вибору місії (автори – Кемпбелл і Товадей), яка передбачає вокремлення ролі підприємства, стратегію, норми поведінки на ринку та систему цінностей підприємства.

Етап 2. Перетворення місії у цілі підприємства. Визнаний етап стратегічного планування, на якому проходить перетворення місії

переробного підприємства в цілі. Маркетингові цілі підприємства – це якісні та кількісні зобов'язання підприємства у показниках обсягу продажу чи прибутку, що досягаються за певний період часу.

Етап 3. Дослідження зовнішнього (макро- і мікро-) та внутрішнього середовища підприємства. Основною ціллю аналізу бізнес-середовища є пошук та усвідомлення нових маркетингових можливостей переробного підприємства.

Аналіз ринкового середовища містить збір ринкової інформації, аналіз та прийняття рішень при функціонуванні підприємства в його мінливому маркетинговому оточенні. Моніторинг середовища передбачає різноманітні дії – від постійно здійснюваного аналізу та передбачення основних тенденцій до несистематичного збору інформації через особисті контакти, аналіз продукції конкурентів, відстеження їх діяльності на виставках і конференціях.

Етап 4. SWOT-аналіз переробного підприємства.

SWOT-аналіз - важлива частина аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування компаній для прийняття рішень щодо формування місії, цілей і стратегії організації через виявлення сильних й слабких сторін діяльності організації, можливостей і загроз, що вповначаються на діяльності організації зовні. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових цілей та стратегій.

Етап 5. Формування маркетингових цілей. Маркетингові цілі підприємства – це конкретні якісні та кількісні зобов'язання підприємства за показниками обсягу продажу або прибутку, що досягаються за певний період часу.

Етап 6. Визначення маркетингових стратегій. Коли маркетингові цілі підприємства визначено, це сприяє переходу до питання розробки маркетингової стратегії. Маркетингова стратегія — програма маркетингової

діяльності фірми на цільових ринках, яка допомагає виокремити принципові рішення для досягнення маркетингових цілей.

Етап 7. Розробка програми маркетингу. Етап пов'язаний із прийняттям рішень щодо кожної складової "4P" маркетингу —товару (вдосконалення характеристик товару, зміни дизайну), цін, просування, розподілу. Дані рішення показують шлях реалізації стратегії, допомагають досягнути маркетингових цілей.

Етап 8. Організація та реалізація маркетингу на підприємстві. Втілення в життя маркетингового плану є не менш важливим завданням, ніж планування, адже план це просто план, який стає реальним завдяки взаємоузгодженим діям підрозділів.

Етап 9. Контроль маркетингу. Контроль маркетингу — процес вимірювання та оцінки результатів реалізації планів маркетингу, виконання коригувальних дій, що допоможуть досягти маркетингові цілі. Контроль містить цикл керування маркетингом і дає початок новому циклові планування маркетинговою діяльністю. Для правильного вибору цілей і стратегій маркетингової діяльності на наступний плановий період необхідно виявити сильні та слабкі сторони маркетингової діяльності, аналіз рівня виконання планів маркетингу.

Стратегічний набір — це система стратегій різного типу, що їх виробляє підприємство на певний відрізок часу, яка показує специфіку функціонування підприємства та рівень зазіхання на місце у зовнішньому середовищі. Стратегічний набір — це не показ загальних намірів, а наголошення на визначних характеристиках та особливостях окремих підприємств.

Стратегічний набір підприємства можна представити в вигляді схеми (рис. 5.9). Наведений підхід пристосовано до умов діяльності переробних підприємств. Вважаємо, доцільним буде сформулювати цей «набір» у такому

вигляді.



Рис. 5.9. Формування «стратегічного набору» підприємства

Процес створення стратегічного набору підприємством ґрунтується на покладених в їх основу принципів. На основі власних спостережень та аналізу наукових робіт вітчизняних та закордонних фахівців, стратегічний набір переробного підприємства потрібно формувати за такими принципами:

- направлення діяльності підприємств на досягнення цілей та завдань маркетингової діяльності підприємства на ринку збуту;

- отримання позитивного ефекту від виробничо-збутової діяльності підприємства, баланс між прибутковими та витратними стратегіями;

- продукування комплекту стратегій підприємства на основі розуміння кон'юнктури ринку, проведення істотних маркетингових досліджень ринку збуту, аналіз динамічності та гнучкості;

- прозорість змісту та розуміння обов'язковості застосування визначеного набору стратегій, памятаючи про особливості діяльності підприємства, стан ринку та його кон'юнктури;

- дотримання ієрархічного порядку під час розробки набору стратегії,

враховуючи своєрідність та взаємозв'язок господарських процесів та їх вплив на стратегічні цілі;

-аргументування та стабільність пропозицій щодо змісту стратегічного набору в процесі корегування «набору».

Питання продукування набору стратегій, який би міг забезпечити підприємство сталими обсягами збуту виробленої продукції, на наш погляд, потрібно розв'язувати на всіх рівнях стратегічного планування. Пильного розгляду потребує проблема взаємозв'язку та взаємовпливу компонентів стратегічного набору переробного підприємства на рівні функціональних маркетингових стратегій.

Адекватна ринкова кон'юнктура, виробнича і асортиментна політика впливають на формування оптимальної стратегії збуту виробленої продукції та її реалізацію. Взаємозалежність асортименту підприємства з обсягами реалізації продукції чітка: товарна політика підприємства повинна реагувати на потреби населення регіону та попит вцілому. Головна вимога конкурентного ринку - відповідність асортименту продукції, її якості, маркування та упакування вимогам споживачів, їх очікуванням. Існує потреба на стадії планування та організації збутової діяльності підприємства, формування політики розподілення взяти до уваги фактор відповідності товарної політики підприємства вимогам ринку збуту.

В процесі розробки на підприємстві нового, модернізації існуючого та елімінування застарілого товару, виникає вплив маркетингової товарної політики на виробничо-збутову діяльність підприємства, а отже повинне бути наявне спрямування на підвищення обсягів виробництва та реалізації через задоволення потреб населення (формування асортиментної політики підприємства виходячи з попиту). Збутова діяльність переробних підприємств залежить від рівня відповідності асортиментної політики споживчому попиту

населення.

Здобуття підприємствами тенденції до підвищення рівня економічної ефективності діяльності на цільовому ринку є показником успішної реалізації його конкурентного потенціалу розвитку. Нажаль, підвищення може бути зумовлено короткостроковою тенденцією підвищення цін на деякі види продукції. Останнє визначає блискавичні особливості змін конкурентоспроможності продукції та тенденційні особливості змін конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, важливим показником конкурентоспроможності підприємства є тривалість та перспективність функціонування на окремому ринку з певним товаром.

Зважаючи на тривалість перспективи ефективної діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції, в дослідженні виокремлено стратегічні пріоритети підвищення їх конкурентоспроможності, до яких слід відносити: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками з використанням інтеграційних інструментів, генерування умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; збільшення розмірів аграрних підприємств та масштабів виробництва задля створення можливостей для створення комерційно-значимих партій сільськогосподарської продукції; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій в виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; вироблення видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому ринку (органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції); доцільне вирішення проблеми зберігання продукції для результативного використання сезонних цінових коливань на цільових ринках збуту. Втілення зазначених стратегічних напрямів, шляхом проведення процедур управління конкурентоспроможністю

аграрних підприємств та їх продукції, дозволить останнім підвищити економічну ефективність діяльності, збільшити ступінь ринкової влади та адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

Безсумнівно, що за сучасних умов вирішення проблем підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств потрібно проходити шляхом активізації залучення інтеграційних інструментів. В дослідженні позначений пріоритет формування вертикально-інтегрованих виробничо-збутових об'єднань аграрних підприємств, які можуть змагатися з діючими агрохолдингами, формувати умови для збільшення ефективності виробництва продукції проміжного споживання в сільськогосподарському виробництві, не знижуючи економічних результатів продукції кінцевого збуту суб'єктів сфери виробництва. Створення таких об'єднань визначає задоволення економічних інтересів всіх категорій учасників. Принципи формування: гнучкість та технологічність товарної політики, можливість утворення якомога більшого обсягу доданої вартості всередині об'єднання.

Пріоритетним напрямом створення конкурентних переваг цінового характеру та підсилення конкурентних позицій аграрних підприємств є зростання розмірів товарних партій до рівня комерційно-значимих та раціоналізація ринкового позиціонування. При цьому обсяги виробництва підприємств-товаровиробників не дають їм добитися позитивних зрушень при використанні наявних каналів ринкового розподілу без об'єднання зусиль. Зазначене робить актуальним питання розвитку вертикальної та горизонтальної збутової інтеграції аграрних підприємств та формування інфраструктурних елементів консолідації комерційних зусиль товаровиробників.

Сьогодні аграрні підприємства знаходяться у важких економічних

умовах: світові кризові явища зробили більш складними перебування й адаптацію підприємств у ринковому просторі, менше уваги держава приділяє таким функціям, як збут сільськогосподарської продукції і її переробка, створення й підтримка розвитку інфраструктури аграрного ринку тощо. За таких умов існування, сільгосппідприємства потрапили у відповідні рамки існування, не маючи змоги на ефективне ведення виробничо-господарської діяльності.

Аграрні підприємства мають два напрями вирішення питання покращення організації виробництва і збуту виготовленої продукції: використання існуючих напрямів або пошук новітніх, альтернативних напрямів.

За умов ринкової економіки та економічної кризи, конкурентна боротьба між товаровиробниками за місце на ринку і за споживача загострюється з кожним днем. Тому наразі проблеми збільшення виробництва та підвищення ефективності виробництва для товаровиробників відійшли на другий план, адже більшість коли стикається з поточними проблемами, має виступати в одній особі – виробник, посередник, продавець, покупець. Таким чином, керівники підприємств зіткнулися з проблемами, вирішення яких потребує кваліфікованої допомоги. З огляду на зазначене, формується потреба у відповідних структурах, що вирішуватимуть такі питання та звільнять товаровиробників від невластивих їм функцій, щоб вони могли зосередитись на основній виробничій діяльності підприємства.

В сучасних умовах, вирішення проблем підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств виконується шляхом підвищення залучення інтеграційних інструментів. В дослідженні показано пріоритет створення вертикально-інтегрованих виробничо-збутових об'єднань аграрних підприємств, які будуть конкурувати з діючими

агрохолдингами, формувати умови для підвищення ефективності виробництва продукції проміжного споживання в сільськогосподарському виробництві без зниження економічних результатів продукції кінцевого збуту суб'єктів сфери виробництва. Створення таких об'єднань передбачає задоволення економічних інтересів всіх категорій учасників. Принципами їх створення є гнучкість та технологічність товарної політики, створення якомога більшого обсягу доданої вартості всередині об'єднання.

Торговельні посередники, в результаті запропонованої схеми взаємодії суб'єктів інтеграційного об'єднання, як основні оператори, що проводять торговельно-закупівельну діяльність, зможуть отримувати продукцію за тими або нижчими цінами, що покращить конкурентоспроможність продукції на внутрішньому ринку.

В дослідженні обґрунтовано прикладні засади організації управління інноваційно-інвестиційним розвитком аграрного підприємства шляхом обґрунтування процедур генерування інноваційно-орієнтованих інвестиційних стратегій розвитку. Виконано формалізацію побудови інноваційно-орієнтованої інвестиційної політики та виокремлено критерії критичного перегляду при здійсненні інноваційно-інвестиційної діяльності аграрного підприємства. Даний підхід до стратегічного управління розвитком ґрунтується на принципі пріоритетності інвестиційної діяльності підприємства над його інноваційною, не зменшуючи значення останньої коли виборі та зміні напряму підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Типологія стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств, яку було застосовано в дослідженні, формується при зміні критеріїв виділення типів стратегії. Основним положенням при виборі критеріїв ідентифікації стратегій стало доповнення ознак об'єктної орієнтації розміщення інвестицій, функціональними критеріями, що описують курс

одержання конкурентних переваг, що отримуються за рахунок впровадження інновацій. Було визначено характер взаємозв'язку процесів створення та реалізації конкурентних переваг аграрних підприємств з процесами провадження їх інноваційно-інвестиційної діяльності через призму підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств. В результаті виокремлено типи функціональних стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку: стратегії зниження витрат за рахунок техніко-технологічних інновацій, стратегії зниження витрат за рахунок зростання масштабів виробництва, стратегії зниження витрат за рахунок збільшення розмірів землекористування підприємства, стратегії підвищення цін за рахунок зміни позиції в каналі розподілу, стратегії збільшення доходів за рахунок диверсифікації виробництва, стратегії збільшення доходів за рахунок диференціації виробництва. Перелік стратегій показує характер та призначення конкурентних переваг підприємства, що формуються в процесі впровадження інновацій.

Висновки до розділу 5

Доведено, що в сучасних умовах вирішення проблем підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств доцільно виконувати за допомогою активізації залучення інтеграційних інструментів. В дослідженні продемонстрований пріоритет створення вертикально-інтегрованих виробничо-збутових об'єднань аграрних підприємств, які здатні конкурувати з діючими агрохолдингами, створювати умови для підвищення ефективності виробництва продукції проміжного споживання в сільськогосподарському виробництві без зниження економічних результатів продукції кінцевого збуту суб'єктів сфери виробництва. Створення подібних об'єднань передбачає задоволення економічних інтересів всіх категорій його учасників. Основними принципами їх формування є

гнучкість та технологічність товарної політики, а також можливість створення якомога більшого обсягу доданої вартості всередині об'єднання.

В результаті запропонованої схеми взаємодії суб'єктів інтеграційного об'єднання торговельні посередники, як основні оператори, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність, матимуть можливість отримувати продукцію за тими ж самими або нижчими цінами, що підвищить конкурентоспроможність продукції на внутрішньому ринку.

В дослідженні обґрунтовано прикладні засади організації управління інноваційно-інвестиційним розвитком аграрного підприємства шляхом обґрунтування процедур генерування інноваційно-орієнтованих інвестиційних стратегій розвитку. При цьому виконано формалізацію побудови інноваційно-орієнтованої інвестиційної політики, а також визначено критерії її критичного перегляду в процесі здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності аграрного підприємства. Вказаний підхід до стратегічного управління розвитком ґрунтується на принципі пріоритетності в сучасних інвестиційної діяльності підприємства над його інноваційною, без зменшення значення останньої при виборі та коригуванні напряму підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Застосована в дослідженні типологія стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств сформована на основі зміни критеріїв виділення типів стратегії. При цьому основним принципом вибору критеріїв ідентифікації стратегій стало доповнення ознак об'єктної орієнтації розміщення інвестицій, функціональними критеріями, які характеризують напрям отримання конкурентних переваг, що отримуються підприємством за рахунок впровадження інновацій. Було ідентифіковано характер взаємозв'язку між процесами формування та реалізації конкурентних переваг аграрних підприємств з процесами провадження їх інноваційно-інвестиційної діяльності через призму підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств. В результаті були визначені такі типи функціональних стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку, а саме: стратегії зниження

витрат за рахунок техніко-технологічних інновацій, стратегії зниження витрат за рахунок зростання масштабів виробництва, стратегії зниження витрат за рахунок збільшення розмірів землекористування підприємства, стратегії підвищення цін за рахунок зміни позиції в каналі розподілу, стратегії збільшення доходів за рахунок диверсифікації виробництва, стратегії збільшення доходів за рахунок диференціації виробництва. Перелік виділених стратегій демонструє характер та функціональне призначення конкурентних переваг підприємства, що формуються в процесі впровадження інновацій.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі обґрунтовано теоретично-методологічні, методичні та прикладні засади, а також розроблено практичні рекомендації щодо вирішення важливої наукової проблеми управління розвитком конкурентного потенціалу аграрних підприємств. За результатами дослідження зроблено висновки теоретичного, методологічного і науково-прикладного характеру:

1. Розвинуто наукове тлумачення поняття «конкурентна стратегія» в контексті управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції на основі встановлення казуального зв'язку між інвестиціями, інноваціями, конкурентоспроможністю та ефективністю. Відповідно, визначено, що інноваційно-інвестиційна стратегія є послідовністю процедур, які передбачають залучення та розміщення інвестиційних ресурсів виключно в спрямованих на створення стійких конкурентних переваг інноваційних проектах, що є запорукою підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності.

2. В дослідженні визначено типологію та характеристики генезису типів конкурентної ситуації на ринках продукції аграрних підприємств на основі методологічного підходу, який передбачає виділення функціонально-відокремлених груп його суб'єктів, визначення рівнів концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності. Запропонований підхід дозволяє врахувати довжину каналу розподілу, обсяги та ціни реалізації продукції, а також виконувати на цій основі оцінку конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Останнє дало змогу обґрунтувати віднесення ринків основних видів продукції до відповідних категорій за типом конкурентної ситуації, а також констатувати існування у підприємств необхідності використання інфраструктурних інструментів підтримання ритмічності фінансування аграрного виробництва для підвищення його ефективності та

наявності залежності між рівнем розвитку об'єктового ринку та типом конкурентної ситуації на ньому та конкурентним потенціалом його суб'єктів.

3. В роботі розвинуто ідентифікація напрямів імплементації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в менеджменті аграрних підприємств. Встановлено, що основними орієнтирами інноваційно-інвестиційної діяльності є нарощування економічного потенціалу для створення стійких конкурентних переваг, зрушення в організації комерційної та маркетингово-збутової діяльності, орієнтовані на продаж продукції за більш високими цінами, а також впровадження інновацій, орієнтованих на зниження виробничих витрат та підвищення якості продукції аж до створення «нішевих» її видів. Відповідно, окреслені основні процедури досягнення вказаних орієнтирів шляхом застосування послідовностей управлінських рішень в менеджменті аграрних підприємств.

4. Відповідно, в дослідженні було ідентифіковано місце та роль конкурентного потенціалу в структурі потенціалу підприємства та його співвідношення з економічним потенціалом. В свою чергу, встановлено, що складовими економічного потенціалу є виробничий потенціал у поєднанні з комерційно-збутовими можливостями, в основі всіх видів потенціалу підприємства лежить ресурсний потенціал, а конкурентний потенціал продукції та конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на економічному потенціалі підприємства, сприяючи нарощуванню останнього.

5. Визначено, що в управлінні конкурентним потенціалом фактично використовуються функціональний, інструментальний та процесний підхід, які характеризуються певними відмінностями щодо ідентифікації об'єкта управління та застосування відповідних процедур. Встановлено, що в межах функціонального підходу конкурентний потенціал розглядається в якості похідної економічного потенціалу, при цьому нарощування останнього апріорі призводить до зростання конкурентоспроможності продукції та підприємства-виробника. Інструментальний підхід розглядає конкурентний потенціал в його органічній єдності з економічним потенціалом підприємства,

а реалізацію першого ідентифікує лише через створення конкурентних переваг та їх успішну реалізацію в процесі здійснення маркетингово-збутової діяльності. В основі процесного підходу лежить врахування динамічності ринкового середовища, яке визначає моментальний та стійкий характер конкурентних переваг, а отже пріоритетність конкурентного потенціалу або економічного потенціалу підприємства для забезпечення його стабільного розвитку. В свою чергу, поєднання продуктивних компонент та елементів функціонального, інструментального та процесного підходів в їх діалектичній єдності та спрямованості впливу на спільний об'єкт управління дозволило обґрунтувати цілісну концепцію управління розвитком конкурентного потенціалу аграрних підприємств. В основі вказаної концепції лежить сприйняття об'єкту управління, як цілісної та дуальної сукупності можливостей економічного зростання на основі генерування та імплементації конкурентних переваг за рахунок використання інноваційних та інвестиційних інструментів, використання яких є орієнтованим на стабілізацію розвитку підприємства.

6. В дослідженні розвинуто теоретичні засади дотримання інноваційної орієнтації інвестиційної діяльності аграрних підприємств. Прикладна реалізація вказаного в системі управління підприємством опосередковується через процедури стратегічного планування. При цьому стратегії розвитку ґрунтуються на адекватній оцінці інвестиційного потенціалу підприємства та співвідношенні його з доступними напрямками інноваційного розвитку. Застосування таких обмежень та відповідних управлінських процедур дозволяє визначати найбільш раціональний за визначених умов склад інвестиційного портфелю підприємства та забезпечує впровадження виробничо-технологічних, комерційно-збутових та організаційно-управлінських інновацій.

7. Ідентифіковано конкурентні характеристики цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств. Встановлено, що конкурентні структури цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств слід визначати як

ринки олігопсонії та монопсонії на першому рівні маркетингової інфраструктури, тобто при взаємодії товаровиробників з першими посередниками. Результати вказаної ідентифікації є основою генерування управлінських рішень щодо ринкової поведінки підприємства, використання інструментів підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств.

8. Вивчення динаміки залучення інвестицій вітчизняними аграрними підприємствами дозволили визначити позитивну тенденцію до зростання їх обсягів. При цьому слід відмітити зростання обсягів фінансових інвестицій та їх частки в структурі залучення інвестиційних ресурсів, що є наслідком зростання інвестиційної привабливості підприємств-суб'єктів вітчизняного аграрного бізнесу та порівняно високого рівня економічної ефективності їх діяльності. Відбувається також і поступове зростання частки інвестування акумульованого прибутку підприємства в реалізацію проектів розвитку, що є наслідком стабільного зростання рівня економічної ефективності діяльності підприємств, які успішно розвиваються.

9. Конкурентний потенціал, як сукупність можливостей підприємства щодо створення стійких конкурентних переваг, та, безпосередньо, конкурентоспроможність продукції та підприємства, як результат імплементації вказаних переваг у виробничій та комерційно-збутовій діяльності. Зважаючи на дуальний характер об'єкту управління ускладнюється структура залучених елементів та інструментів системи стратегічного управління, яка визначається процесом реалізації конкурентного потенціалу через реалізацію зв'язку між впровадженням інноваційних рішень та створенням конкурентних переваг, характер яких визначається потенціалом підприємства та ситуацією на цільових ринках збуту.

10. В дослідженні обґрунтовано теоретичні та прикладні засади побудови синтезованого організаційно-економічного механізму управління конкурентним потенціалом на інноваційно-інвестиційній основі. Вказана концепція передбачає побудову відповідного механізму управління. Також

вона визначає пріоритетність саме інвестиційної діяльності підприємства, як джерела ресурсів підтримання стабільності його розвитку. Відповідно, в процесі формування зазначеного механізму управління розвитком закладено результати декомпозиції та подальшого синтезу механізмів розвитку та управління розвитком підприємства. При цьому механізм управління розвитком передбачає продукування та імплементацію інвестиційних стратегій підприємства в залежності від його економічного потенціалу, місії та цілей діяльності, масштабів виробництва, розмірів, спеціалізації.

11. Обґрунтовано методичні засади інтеграції системи управління інноваційно-інвестиційним розвитком в менеджмент аграрних підприємств. Встановлено, що найбільш доцільним в даному контексті є застосування інструментів проектного менеджменту, які передбачають визначення функціоналів оцінювання інноваційних проектів, прогнозування, залучення інвестиційних ресурсів, раціоналізацію їх розстановки, поєднання та витрачання. Перелічені функції передбачають створення в структурі управління підприємством центрів витрат та центрів відповідальності при реалізації проектів розвитку.

12. В роботі систематизовано пріоритетні напрями інноваційного розвитку аграрних підприємств. Вони поєднані в групи ресурсних, виробничих, маркетингово-збутових та управлінських. Встановлено, що з огляду на специфіку конкурентної побудови цільових ринків продукції аграрних підприємств головною метою інноваційного розвитку є створення за рахунок впроваджених інновацій конкурентних переваг цінового характеру, що в короткостроковому періоді відбивається на економічних результатах діяльності підприємств. Останнє зумовлює широке вжиття заходів та реалізацію проектів, спрямованих на зниження витрат на виробництво продукції, що обумовлює розвиток нововведень в техніко-технологічній сфері, а також підвищення реалізаційних цін, що потребує зрушень в маркетингово-збутовій діяльності. Реалізація стратегій розвитку у вказаних напрямках забезпечує найвищі рівні окупності інвестицій у впровадження інновацій.

13. На основі удосконаленого методичного підходу виконано оцінку конкурентного потенціалу аграрного підприємства, як сукупності можливостей впровадження інновацій та залучення для цього інвестицій з внутрішніх та зовнішніх джерел з урахуванням товарного та галузевого напрямку спеціалізації, розмірів підприємства та масштабів виробництва, характеристик майбутніх конкурентних переваг. Встановлено, що при оцінці рівня розвитку конкурентного потенціалу аграрного підприємства мають враховуватися напрям його спеціалізації, розміри підприємства та масштаби виробництва, а також особливості конкурентних переваг, які створюються при впровадженні інновацій.

14. Визначено типологію стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств на основі доповнення існуючих систем критеріїв об'єктної орієнтації інвестицій, їх обсягу та інтенсивності інвестиційного процесу, функціональними критеріями відношення інвестицій до створення конкурентних переваг та їх значимості для підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств. В результаті встановлення взаємозв'язку між процесами формування та реалізації конкурентних переваг аграрних підприємств у провадженні ефективної діяльності аграрних підприємств з процесами провадження інноваційно-інвестиційної діяльності визначено основні типи функціональних стратегій, а саме: стратегії зниження витрат за рахунок техніко-технологічних інновацій, стратегії зниження витрат за рахунок зростання масштабів виробництва, стратегії зниження витрат за рахунок збільшення розмірів землекористування підприємства, стратегії підвищення цін за рахунок зміни позиції в каналі розподілу, стратегії збільшення доходів за рахунок диверсифікації виробництва, стратегії збільшення доходів за рахунок диференціації виробництва.

15. В дослідженні розвинуто процедури оцінки та аналізу стратегічних альтернатив в процесі розробки та імплементації маркетингово-збутових стратегій аграрних підприємств. Встановлено, що їх доцільно виконувати за

результатами ідентифікації ступеня трансформації економічного потенціалу підприємства. Останнє є суттєвим доповненням існуючих процедур підтримки прийняття стратегічних рішень в менеджменті основної діяльності аграрних підприємств. Відповідно, в роботі окреслено процедури генерування та імплементації стратегій розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств шляхом комплексного використання методичного інструментарію прогнозування економічних наслідків їх реалізації, формалізації управлінських процедур вибору стратегічних альтернатив, а також оцінювання очікуваних реакцій цільових груп споживачів на створення конкурентних переваг підприємств та їх продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cournot A. *Researches Into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth* / Antoine Augustin Cournot. – Charleston, South Carolina: BiblioBazaar, 2008. – 186 с.
2. Doyle Ch. *Collins internet-linked dictionary of marketing* / Ch. Doyle. – Glasgow : HarperCollins Publishers, 2005. – 368 s, S.183.
3. Edgeworth F. *Edgeworth on Chance, Economic Hazard, and Statistics* / F. Edgeworth, P. Mirowski. – Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 1994. – 462 с.
4. Emmett R. *Frank Knight and the Chicago School in American Economics* / Ross B. Emmett. – New York: Routledge, 2009. – 240 с. – (Routledge Studies in the History of Economics).
5. Faccarello G. *Handbook on the History of Economic Analysis Volume I: Great Economists Since Petty and Boisguilbert* / G. Faccarello, H. Kurz. – Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2016. – 816 с.
6. Feiwel G. *Joan Robinson and Modern Economic Theory* / George R. Feiwel. – Houndmills: The Macmillan Press LTD, 1989. – 927 с.
7. Freeman C. *The Economics of Industrial Innovation : Third Ed* / Freeman C., Soete L. - Cambridge: MIT Press, 1997. - 470 p.
8. Freeman C. *Unemployment and Technical Innovation: A Study of Law* / Freeman C., Clark J., Soete l.//. – W.L., 1982.
9. Giovanni F. *Feeding the World: An Economic History of Agriculture, 1800–2000* / F. Giovanni. – Princeton ; NJ : Princeton University Press, 2005. – 388 p.
10. Groeneveld L. *An inquiry into the marketing views of Alfred Marshall* / Leonard Groeneveld. – Gainesville: University of Florida, 1962. – 170 с. – (George A. Smathers Libraries).

11. Hamel G. Strategic Intent / G. Hamel, C. Prahalad. – Boston: Harvard Business Press, 2010. – 101 c. – (Harvard business review classics).
12. Hayek F. The Trend of Economic Thinking: essays on political economists and economic history / F. A. Hayek. – Oxfordshire: Routledge, 2006. – 404 c. – (Volume III).
13. Heyne P. A Student's Guide to Economics: Guides to the Major Disciplines / Paul Heyne. – New York: Open Road Media, 2014. – 58 c. – (IsI Books).
14. Kenneth R. Andrews. The Concept of Corporate Strategy, rev. edn. Copyright by Richard D. Irwin, Inc. 1980.
15. Kono T. Strategy and Structure of Japanese Enterprises / Toyohiro Kono. – New York: Springer, 2016. – 352 c.
16. Leube K. The Essence of Stigler / K. Leube, T. Moore. – Stanford, California: Hoover Press, 1986. – 378 c.
17. Magretta J. Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy / Joan Magretta. – Boston: Harvard Business Press, 2012. – 236 c.
18. McConnell C. Economics: Principles, Problems, and Policies / C. McConnell, S. Brue. – Irwin: McGraw-Hill, 2009. – 786 c.
19. McCulloch J. The Works of David Ricardo: the notice of the life and writings of the author / J. R. McCulloch. – Union, New Jersey: The Lawbook Exchange, LTD, 2000. – 601 c.
20. Mensh G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. Cambridge (Mass.), 1979.
21. Mescon M. Management: Individual and Organizational Effectiveness / M. Mescon, M. Albert, F. Khedouri. – New York: Harper & Row, 1985. – 756 c.
22. Mill J. Principles Of Political Economy / John Stuart Mill. – New York: Bubok, 2012. – 810 c. – (D. Appleton and Company).
23. OECD (2017). Agricultural Policy Monitoring and Evaluation / OECD (2017). – Paris: OECD Publishing, 2017. – 176 c.

24. OECD Data. Agricultural support (indicator) [Електронний ресурс] / OECD Data. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.oecd.org/agrpolicy/agricultural-support.htm>.
25. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M. E. Porter. – New York: Simon & Schuster, 2003. – 432 с. – (illustrated, reprint).
26. Porter M. Strategy and Competition: The Porter Collection (3 Items) / M. Porter, J. Magretta. – Boston: Harvard Business Review Press, 2014. – 801 с.
27. Schumpeter J. Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism (Edited by Richard V. Clemence) / Joseph Alois Schumpeter. – New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 1989. – 341 с.
28. Segura J. An Eponymous Dictionary of Economics: A Guide to Laws and Theorems Named After Economists / J. Segura, C. Braun. – Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2004. – 280 с.
29. Smith A. Wealth of Nations (Abridged) / A. Smith, L. Dickey. – Indianapolis: Business & Economics, 1993. – 352 с. – (Hackett Publishing Company).
30. Steele G. The Economics of Friedrich Hayek / G. R. Steele. – New York: St. Martin's Press, 1993. – 262 с.
31. Tidd J. Managing innovation/ Tidd J., Bessant J., Pavitt K. – John Wiley & Sons, LTD, Chichester, 2001. – P. 38.
32. Traill B. Competitiveness in the Food Industry / B. Traill, E. Pitts. – London: Springer Science & Business Media, 1998. – 301 с.
33. Абібулаєв М. С. Методи забезпечення інноваційного розвитку підприємств (за матеріалами промислових підприємств АПК): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / М. С. Абібулаєв. - О., 2005. - 25 с.
34. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – Москва: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

35. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств аграрного комплексу: підручник [Текст] / В. Г. Андрійчук. - К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
36. Ансофф И. Стратегический менеджмент / И.Ансофф. - СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
37. Ансофф І. Стратегічне управління [Текст] / І.Ансофф. - сокр. пер. з англ. науч. ред. і авт., предисл. Л.І. Євенко. - М.: Економіка, 1989. - 519 с.
38. Аньшин В. М. Маркетинг нововведених [Текст] / В. М. Аньшин. - М. : РЭА, 1994.
39. Аньшин В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. - 3-е изд., перераб., доп. - М.: Дело, 2007. - 584 с.
40. Афанасьев М. П. Маркетинг: стратегія і тактика розвитку фірми / М. П. Афанасьев. - М.: Видавничий центр «Книга», 2005. - 304 с.
41. Афанасьев М.В. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. / М.В. Афанасьев, Г.О. Селезньова. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. - 272 с.
42. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: [навчальний посібник для вузів] / Ю.М. Бажал. - К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
43. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент /И.Т.Балабанов. - СПб.: Издательство «Питер», 2005. - 208 с.
44. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Л.В. Балабанова. – Донецьк: Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2002. – 562 с.
45. Баранчєєв В. П. Управление знаниями в инновационной сфере / В. П. Баранчєєв. - М. : Благовест-В, 2007. – 272 с.
46. Баришевська І.В. Діагностика типів розвитку аграрних підприємств / І.В. Баришевська // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки».- 2011. - №7. - С. 178 - 183.

47. Барютин Л.С. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник/ Л.С. Барютин.; под ред. А.К. Казанцева, Л.Э.Миндели. 2-е изд. Перераб. и доп. - М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2004. - С. 28.
48. Береславская В.А. Стратегия развития предприятий / В.А. Береславская, В.Е. Костромин. - Йошкар-Ола: МарГТУ, 2001. - 155 с.
49. Бланк И. Инвестиционный менеджмент / И. Бланк - К.: МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. - 448 с.
50. Бондар В.С. Економічне обґрунтування технологій вирощування і переробки рослинної біосировини на тверді види палива / В.С. Бондар, А.В. Фурса // Економіка АПК. - 2015. - № 3. - С. 22 – 27.
51. Борден Н. Концепция маркетинга-микс // в кн. «Классика маркетинга: Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг» /Пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского. - СПб.: Питер, 2001. - С.529 - 538.
52. Бочаров М.К. Наука управления / М.К.Бочаров. - М.: Знание, 1990. - 64 с.
53. Буркинский Б. В. Конкурентоспособность продукции и предприятия / Б. В. Буркинский, Е. В. Лазарева, И. Н. Агеева. – Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. – 132 с.
54. Бухвостов Ю.В. Детерминирующее воздействие инвестиций на формирование экономики инновационного типа (на примере аграрного сектора): дис. ...кандидата экон.наук/ Ю.В. Бухвостов. - М., 2009. - 261 с.
55. Василенко В.А. Роль прогнозирования в разработке альтернативных планов ситуационного менеджмента/ В.А. Василенко// Учебные записки Таврического национального университета им. В.И.Вернадского. - 2000. - № 13, т.1. - С. 202 - 209.
56. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / В.О. Василенко. - К. : ЦУЛ, 2003. - 504 с.
57. Верба В.А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства // В.А. Верба, І.В. Новікова// Проблеми науки. - №4. - 2003. - С. 22.

58. Виханский О.С. Стратегическое управление/ О.С.Виханский. - М.: Экономист, 2004. - 296 с.
59. Власюк О. С. Інноваційна стратегія українських реформ: стан і пріоритети / О.С.Власюк// Стратегічні пріоритети. - 2007. - № 1 (2). - С. 102 - 105.
60. Внесення мінеральних та органічних добрив під урожай сільськогосподарських культур у 2009 році : Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2010. - 40 с.
61. Внесення мінеральних та органічних добрив під урожай сільськогосподарських культур у 2013 році: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2013. - 52 с.
62. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии: Сокр. пер. со слов./ Авт. предисл. В.С. Рапопорт / Л.Водачек, О.Водачкова. - М.: Экономика, 1989.- 167 с.
63. Войтко С. В. Функціонування, стратегічний розвиток і регулювання відновлюваної енергетики / С. В. Войтко, О. О. Трофименко. – Київ: Альфа Реклама, 2014. – 178 с.
64. Гавва В. Н. Потенціал підприємства : формування та оцінювання : навч. посібн. / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. - К. : Центр навчальної літератури, 2004.- 221 с.
65. Гельман Л. М. Модели инновационных процессов (обзор зарубежной литературы)/ Л. М.Гельман, М. И.Левин // Экономика и математические методы. - 1989. - № 6.
66. Герасименко А. Г. Вертикальна конкуренція у вітчизняній торгівлі / А. Г. Герасименко. // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – №4. – С. 80–96.
67. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник/ И.Н.Герчикова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. - 480 с.

68. Гончаренко О.Г. Вища освіта у системі факторів інноваційного розвитку / О.Г. Гончаренко, О.П. Демченко// Науковий вісник ЧДІЕУ. - № 1(9). - 2011. С. 109 – 116.
69. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління/ А.В.Гриньов. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. - 305 с.
70. Густинський М.В. Методичні засади оцінки ефективності інноваційної діяльності у галузях національного господарства [Електронний ресурс] / М.В. Густинський. - Режим доступу: www.nbuu.gov.ua/PORTAL/chem_biol/nppdaa/econ/.../088.pdf.
71. Гуторов О.І. Інвестиційний менеджмент : курс лекцій / О.І. Гуторов. - Харків: ХНАУ, 2014. - 202 с.
72. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України: Монографія/ О.І.Дацій. - К.: ННЦІАЕ, 2004. - 428 с.
73. Дем'яненко М.Я. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. - 2015. – № 11. – С. 5-14.
74. Дементева А. Конкуренетоспособность международных компаний / А. Дементева. // Маркетинг. – 2000. – №3. – С. 32–33.
75. Дементьев В.В. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз / В.В. Дементьев, В.П. Вишнеvский// Економічна теорія. – 2011. - №3. – С. 5 - 20.
76. Денисенко М.П. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: [монографія] / [Денисенко М. П., Михайлова Л. І., Грищенко І. М. та ін.]; за ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, проф. Л.І. Михайлової. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. - 1050 с.
77. Дергоусова А.О. Щодо питання визначення сутності поняття стратегії розвитку транспортного підприємства/ А.О.Дергоусова// Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2010. № 4 (12). – С. 88 - 99.

78. Дианова О.В. Стратегия инновационного развития сельскохозяйственных предприятий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.agrolink.ru/conf16/webpages/materials/reshenie/.../dianova.doc>.

79. Договір про заснування Європейської Спільноти [Електронний ресурс] // ВРУ - Відділ баз даних нормативно-правової інформації. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_017.

80. Долинская М. Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Г. Долинская, И. А. Соловьев. – Москва: ФолиантЪ, 1991. – 452 с.

81. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке.: Пер. с англ. Уч. пос./ П.Ф.Друкер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 272 с.

82. Дынкин А.А. Инновационная экономика / А.А. Дынкин. – М.: Наука, 2001. – 358 с.

83. Економічна енциклопедія / [С. В. Мочерний, Б. Г. Гаврилишин, О. А. Устенко та ін.]. – Київ: Видавничий центр "Академія", 2000. – 863 с.

84. Економічний енциклопедичний словник: у 2-х томах / С. В. Мочерний, А. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. Г. Юрій. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.

85. Емельянов С. В. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90-е годы XX века / С. В. Емельянов. – Москва: Международные отношения, 2001. – 324 с.

86. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р. С. Дяків, А. В. Бохан, В. М. Горбаль, О. М. Гуриненко. – Київ: Міжнародна економічна фундація, 2002. – 703 с.

87. Ерохин Д.В. Анализ теоретических положений инновационной деятельности / Д.В.Ерохин, Е.А.Ларичева // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2004. - №2. – С.133 - 137.

88. Євтушенський В.А. Управління інноваціями в сучасній організації / за ред. В.А. Євтушевського. – К. : Вид-во «Нічлава», 2006. – 359 с.

89. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки. Теоретико-методологічний аспект / Сергій Аркадійович Єрохін. – Київ: Світ Знань, 2002. – 528 с.
90. Єщенко П.С. Економічне зростання без розвитку: причини і шляхи інноваційного перетворення економіки / П.С.Єщенко // Економіка України. – 2013. - № 10 (623). – С. 4 - 20.
91. Завлина П.Н. Основы инновационного менеджмента /П. Н. Завлина, А. К. Казанцеви, Л. Э. Минели. - М.: Экономика, 2000. - 39 с.
92. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року № 2210-III. // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2001. – №12. – С. 64.
93. Закон України про Державний бюджет України: за станом на 28.12.2014 р. [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. Офіц.вид. Режим доступу - www.rada.gov.ua.
94. Закон України про інвестиційну діяльність: за станом на 18.09.1991 р. [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України № 47, ст. 646. Офіц.вид. Режим доступу - www.rada.gov.ua.
95. Закон України про інноваційну діяльність: за станом на 04.07.2007 р. № 40-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. Режим доступу - www.rada.gov.ua.
96. Закон України про наукову і науково-технічну діяльність: за станом на 13.12.1991 № 1977-XII [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. Режим доступу – www.rada.gov.ua.
97. Захарченко В.И. Экономический механизм процесса нововведений / В.И.Захарченко, И.П. Продиуса. - Всеукраинская академия экономической кибернетики. – Одесса: Автограф, 2008. – 200 с.
98. Звягільський Ю.Л. Рівень заробітної плати - індикатор ефективності програми економічних реформ /Ю.Л. Звягільський // Економіка України. - 2013. - № 9. - С. 73 – 84.

99. Зінченко С. Техзабезпечення АПК учора та напрямки розвитку завтра/ Зінченко С.// Агро Перспектива, 2008.- №5.- С.52 - 53.
100. Зоря С.П. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств в контексті підвищення їх конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/nppdaa/econ/2011_3_2/78.pdf.
101. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие/ А.Т.Зуб. - М.: АспектПресс, 2002. – 415 с.
102. Зубець М.В. Наукові засади розвитку агропромислового виробництва в сучасних умовах / М.В. Зубець // Економіка АПК. - 2011. - С. 3 - 11.
103. Зубков В. Ми дбаємо про землю – це багатючий ресурс, який слід зберегти / В. Зубков // Моніторинг біржового ринку. - 2015. - №2 (33). - С. 10 - 13.
104. Иванов В. Национальная инновационная система как институциональная основа экономики постиндустриального общества / В. Иванов // Инновации. - 2004. - №5. - С. 3 - 10.
105. Иванов В.А. Методологические основы инновационного развития агропромышленного комплекса/ В.А.Иванов// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. - 2008. - № 2 (2). - С. 50 - 59.
106. Иванов Л.А. Книга директора по маркетингу /Л.А. Иванов. – СПб.: Питер, 2006. - 208 с.
107. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, П.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 1997. - 422 с.
108. Инвестиции и инновации: словарь-справочник от А до Я/ [авт. - уклад. Артемова Л.В.] - М.: Дело и сервис, 1998. - 208 с.
109. Инновационный менеджмент. Методическое пособие. Часть 1. - К.: «РАМО». - 1991. - 112 с.

110. Іванілов О. С. Економіка підприємства/ О. С. Іванілов. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 728 с.
111. Іванов Ю. В. Конкуренція / Юрій Васильович Іванов. // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – №236. – С. 240–246.
112. Ілляшенко С.М. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія/ За заг. ред. д-р екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. - 616 с.
113. Іртищева І. О. Особливості інноваційних процесів у сільському господарстві [Електронний ресурс] / І. О. Іртищева // Інвестиційні пріоритети епохи глобалізації: вплив на національну економіку і окремих бізнес: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (5–9 берез. 2009 р.). -
114. Кваско А. В. Конкурентоспроможність продукції як складова конкурентного потенціалу підприємства / Алла Володимирівна Кваско. // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – 2013. – №3. – С. 29–34.
115. Кизим Н.А. Формирование инновационных кластеров экономики знаний в Харьковской области / Н.А. Кизим, В.И. Чередник, А.В. Доровской // Проблемы экономики. - 2009. - №4. С. - 12 - 21.
116. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент, Житомир: ЖІТІ, 2001. - 440 с.
117. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность/ Г.Б.Клейнер. - М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1997. - 288 с.
118. Клепка М. Регіональні інноваційні стратегії / М.Клепка // Винахідник і раціоналізатор. - 2007. № 2. - С. 18-23.
119. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади/ О.І.Ковтун // Економіка України. - 2013. - № 4(617). - С. 44 - 56.

120. Коденська М.Ю. Методичні підходи до оцінки інноваційного продукту аграрної науки / М. Ю. Коденська, Н.М. Перепелиця. - К.: ННЦ ІАЕ, 2009. - 75 с.
121. Корнійчук Г.В. Дослідження ефективності кредитування інвестиційно-інноваційного розвитку агроформувань Вінницької області / Г.В. Корнійчук // Економічний аналіз: Зб. наук. Праць. Тернопільський нац. екон. ун-т. - 2012. - Вип. 10. - Ч.1. - С. 216 - 220.
122. Коротков Е.М. Дослідження систем управління : навчальний посібник / Е. М. Короткова. - К.: Дека, 2000. - 336 с.
123. Кот О.В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення/ О.В.Кот// Проблеми науки. - 2008. - № 9. - С. 30 - 37.
124. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пер. с англ./ под. ред. С.Г.Божук/ Ф.Котлер. - СПб.: Питер, 2006. - 464 с.
125. Кравчук В. Окремі аспекти досліджень технічного забезпечення АПК/ В. Кравчук // Техніка АПК. - 2008. - №3 - 4. - С. 7.
126. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник/ Н.В. Краснокутська. - К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
127. Крисальний О. В. Організаційно-економічні особливості інноваційної діяльності / О. В. Крисальний // Економіка АПК. - 2005. - № 8. - С. 10 - 13.
128. Кропивко М.Ф. Концептуальний підхід до кластерної організації та управління розвитком агропромислового виробництва / М.Ф Кропивко // Економіка АПК. - 2010. - №11. - С. 3 - 13.
129. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией: Учебник для вузов/ М.И.Круглов. - М.: Русская деловая литература, 1998. - 768 с.
130. Крылатых Э.Н. К разработке долгосрочной концепции инновационного развития АПК РФ/ Э.Н. Крылатых// Роль инноваций в развитии агропромышленного комплекса. - М.: ВИАПИ им. Никонова: «Энциклопедия российских деревень». 2008. - С. 3 - 4.

131. Крюкова І.О. Державне регулювання інноваційного розвитку молокопереробних підприємств / І.О. Крюкова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Фінанси і кредит. – Суми, 2013. – Вип. 1 (34). – С. 115-121.

132. Крюкова І.О. Методологічні засади формування механізму інноваційного розвитку підприємства на основі управління фінансовими потоками: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. 26-30 листопада 2013р. [«Економічний розвиток: теорія, методологія, управління»] / Міністерство освіти і науки України, Східноєвропейський центр фундаментальних досліджень [та ін.]. – Будапешт-Валенсія-Київ, 2013. – С. 81-87.

133. Куклінова Т. В. Кредитне стимулювання розвитку малих та середніх підприємств в умовах кризових явищ [Електронний ресурс] / Т. В. Куклінова, В. П. Яценко // Вісник Хмельницького національного університету. - 2010. - № 4. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_4_2/250-253.pdf

134. Куликова Н.Н. Проблемы формирования единой концепции налогового стимулирования инновационной деятельности организаций /Н.Н.Куликова// Экономика и эффективность организации производства. Сборник научных трудов по итогам Международной научно-технической конференции. - Выпуск 7. - Брянск: БГИТА, 2007. - С. 36 - 39.

135. Лебідь Г.М. Економічний вектор державної науково-технологічної політики у галузі агропродовольчого виробництва України /Г.М.Лебідь// Економіка АПК. - 2002. - №9. - С. 50 - 56.

136. Лемке Г. Нелинейный стратегический менеджмент или искусство конкуренции / Генрих Лемке. – Москва: Дело и Сервис, 2006. – 400 с.

137. Лепейко Т. І. Підхід до стратегічного планування організаційних змін на підприємствах машинобудування [Текст] / Т.І. Лепейко, Д.В. Найпак. - Ліберманівські читання: економічна спадщина та сучасні проблеми / під заг.

ред Пономаренка В.С., Кизима М.О., Зими О.Г. - Х.: ФОП Лібуркіна Л.М.; ВД «ІНЖЕК», 2009. - С. 199 - 210.

138. Лупенко О.Ю. Про наукову діяльність Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» у 2012 році та завдання на перспективу // Ю.О. Лупенко // Економіка АПК. - 2013. - №5. - С. 16 - 24.

139. Лупенко Ю.О. Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності / Ю.О. Лупенко, М.Ф. Кропивко // Моніторинг біржового ринку. - 2014. - №7 (26). - С. 8 - 18.

140. Лупенко Ю.О. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи /Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. - К.: ННЦ ІАЕ, 2014. - 514 с.

141. Ляско В.И. Стратегическое планирование развития предприятия : учеб. пособие для вузов / В.И.Ляско. - М.: Издательство «Экзамен», 2005. - 288 с.

142. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / А. А. Мазаракі, Л. О. Логіненко, Н. Н. Ушакова. – Київ: Хрещатик, 1999. – 800 с.

143. Малиновський Ю.В. Сутність основних понять інноватики в контексті сучасних підходів щодо їх визначення Національний лісотехнічний університет України Інформаційні технології галузі / Ю.В. Малиновський, Л.А. Сенів, А.В. Дзюбіна // Збірник науково-технічних праць. Науковий вісник НЛТУ України. - 2008. - Вип. 18.10. С. 264 - 270.

144. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств: теорія, методологія, практика. : дис. докт. ек. наук : 08.00.04 / Мандич О. В. – Харків, 2017. – 401 с.

145. Маренич А. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, И. Астахова. // Бизнес-Информ. – 1996. – №5. – С. 23–27.

146. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.Г.Медынский, Л. Г. Шаршукова. - М.: ИНФРА-М, 1997- 2005. - 240 с.

147. Микитюк П.П. Інноваційна діяльність : навч. посібн. [для студ. ВНЗ] / П.П. Микитюк, Б.Г. Сенів. – К.: Центр навч. літ-ри, 2009. - 392 с.

148. Минцберг Г. Школы стратегий: Пер. с англ./ Г.Минцберг, Б.Альстрэнд, Дж.Лэмпел. - СПб: Издательство «Питер», 2000. - 336 с.
149. Михайлова Л.І. Інноваційний менеджмент/ Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. - Вид. 2-ге, доп. - К.: Центр учбової літ-ри, 2015. - 234 с.
150. Могилова М.М. Матеріально-технічне забезпечення аграрної галузі / М.М. Могилова, Я.К. Білоусько, Г.М. Підлісецький // Економіка АПК. - 2013. - №2. - С. 61 - 67.
151. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2008. - 361 с.
152. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2010. - 347 с.
153. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2012. - 168 с.
154. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2014. - 314 с.
155. Новіков В.С. Класифікація підприємств за типом інноваційної поведінки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.kneu.dp.ua/moodlenew/pluginfile.php/9388/mod_resource/content/0/IM_6.201_ОМ_7.2.pdf
156. Оберемчук В. Ф. Конкуренція: поняття, аналіз, стратегія. / В. Ф. Оберемчук. // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб.. – 2001. – №5. – С. 125–126.
157. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент/ Л.Н. Оголева. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 238 с.
158. Онегіна В.М. Інвестиційний менеджмент / В.М. Онегіна. - Харків: ХНТУСГ, 2006. - 121 с.
159. Онегіна В.М. Складові інноваційної моделі розвитку аграрного виробництва в Україні / В.М. Онегіна // Вісник Сумськ. нац. аграр. ун-ту. - 2010. - Вип 9/2 (44) - С. 135 - 139.

160. Онищенко В.О. Методичні підходи до оцінки інноваційного змісту інвестиційних проектів розвитку суб'єктів господарювання / В.О. Онищенко, В.І Пазинич // Фінанси України. - 2006. - №7. - С. 30 - 37.

161. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2011. - 88 с.

162. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2013. - 84 с.

163. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.rada.gov.ua.

164. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>.

165. Офіційний сайт Національної академії аграрних наук України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.uaan.gov.ua>.

166. Паламарчук Г. М. Конкурентна політика в перехідній економіці / Г. М. Паламарчук. // Актуальні проблеми в економіці. – 2001. – №3. – С. 20–26.

167. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність/ В.В.Пастухова. - Київ: КНТЕУ, 2002. - 301 с.

168. Пастушенко С.Г. Організація та управління нововведеннями. Навч. посіб./ С.Г.Пастушенко. - К.: АПСВ, 2006. - 576 с.

169. Педченко Н. С. Фінансовий моніторинг конкурентного потенціалу виробничих підприємств / Н. С. Педченко. // Регіональні перспективи. – 2001. – №4. – С. 77–80.

170. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом/ А.А.Пересада. - К.: Вид-во «Лібра», 2002. - 472 с.

171. Пересунько З. М. Теоретичні аспекти розвитку інноваційної теорії / З. М. Пересунько // Електронне наукове фахове видання «Ефективна

економіка». - 2013. - №7. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2192>.

172. Перлаки И. Нововведения в организациях: Пер. со словац. / Науч. ред. Н.И. Лапина. - М.: Экономика, 1981. - 144 с.

173. Перцовский Н. Международный маркетинг / Н. Перцовский, И. Спиридонов, С. Барсукова. – Москва: Высшая школа, 2001. – 240 с.

174. Петрина М. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України / М.Петрина// Економіка України - 2006. - №8. - С. 35.

175. Петрина М.Ю. Шляхи вдосконалення фінансового забезпечення діяльності технопарків України / М.Ю. Петрина // Фінанси України. - 2013. - №8. - С. 97 – 112.

176. Петров А.Н. Стратегическое планирование: Учеб. Пособие/ А.Н.Петрова. - СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов, 2003. - 198 с.

177. Петров В.М. Виробнича та ринкова політика провідних світових виробників сільськогосподарської техніки /В.М.Петров// Економіка АПК - 2013. - №12. - С. 66.

178. Письменний В.І. Проблеми фінансування науки в Україні та світі в умовах формування системи економіки знань / В.І. Письменний, В.В. Письменний // Вісник Сумського НАУ. Серія «Економіка і менеджмент». - 2013. - вип. 5 (56). - С. 20 - 26.

179. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм, регулювання та управління: монографія / Л. І. Піддубна. – Харків: ІНЖЕК, 2007. – 368 с.

180. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 264 с.

181. Підлесецький Г. Економічні проблеми технічного забезпечення сільського господарства / Г. Підлесецький, В. Товстопят // Економіка України, 2008. - № 10. - С. 81 - 87.

182. Попова О.В. Вопросы методологии управления инновационными процессами в АПК/ О.В. Попова. - Управление общественными и экономическими системами. - 2007. - № 1 (9). Режим доступа: http://bali.ostu.ru/umc/zj2007_1.php.

183. Порецкова К.В. Класификация инновационных стратегий промышленных предприятий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://library.donntu.edu.ua/fem/vip97/97_03.pdf.

184. Портер М. Конкуренция / М. Портер. - М.: Вильямс, 2006. - 608 с.

185. Портер М. Стратегія конкуренції / Пер з англ. М.Портер. – К.: Основи, 1997. - 896 с.

186. Промислова власність у цифрах: Показники діяльності Державної служби інтелектуальної власності України та Державного підприємства «Український інститут промислової власності» за 2012 рік // Державна служба інтелектуальної власності України, Державне підприємство «Український інститут промислової власності», К., 2013. - 78 с.

187. Райхлин Э. Н. Основы экономической теории. Экономический рост и развитие / Э.Н. Райхлин. - М.: Наука, 2001. - 319 с.

188. Режим :
доступу
http://www.confcontact.com/2009_03_05/5_irtisheva.htm.

189. Рекомендації слухань у Комітеті Верховної Ради України з питань науки і освіти на тему «Про стан та законодавче забезпечення фінансування наукової і науково-технічної діяльності»: за станом на 13 березня 2013 року [Електронний ресурс]/ Комітет з питань науки і техніки. Офіц.вид. Режим доступу –www.kno.rada.gov.ua.

190. Рослинництво України: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2018. - 180 с.

191. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник / Ю. Б. Рубин. – Москва: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. – 584 с.

192. Руководство по сбору и обработке данных в области технологических инноваций «Oslo manual». - П.: Организация по экономическому сотрудничеству и развитию, 1992. - 64 с.

193. Саблук П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринку / П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко. – Київ: ННЦ "ІАЕ", 1997. – 188 с.

194. Саблук П. Т. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: практичний посібник / Петро Трохимович Саблук. – Київ: ННЦ "ІАЕ", 2000. – 452 с.

195. Саблук П.Т. Аграрний сектор України: інституційні засади подальших трансформацій/ П.Т.Саблук // Вісник економічної науки України - 2011. - №2 - С. 238 - 240.

196. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: учебник/ Б.Санто; пер. с венгер. - М.: Прогресс, 2005. - 376 с.

197. Сапелкин В.Е. Инновационная деятельность предприятий как объект управления // Управление в научно-инновационной сфере: Материалы республиканской научно-методической конференции (Минск, 16–17 декабря 2004 г.) / Под ред. М.М. Болбаса, Э.Я. Ивашина, А.И. Сторожилова, В.В. Арсенева// Минск: УП «Технопринт», 2005. - С. 106 -107.

198. Светуньков С. Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью [Электронный ресурс] / С. Г. Светуньков // Энциклопедия маркетинга. – 1999. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/3.htm>.

199. Светуньков С. Конкуренция и предпринимательские решения / С. Светуньков, А. Литвинов. – Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000. – 256 с.

200. Селезнев А. З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России / А. З. Селезнев. – Москва: Юристъ, 1999. – 384 с.

201. Сергеев И. В. Экономика организаций (предприятий): Учебное пособие для бакалавров / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. – Москва: Юрайт, 2013. – 671 с. – (Бакалавр. Базовый курс; № 5).

202. Сиволовська О. В. Розробка системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства: автореф. дис. на здобуття наук.ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. В. Сиволовська. - К., 2005. - 26 с.

203. Сіваченко І. Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: кредитно-модульний курс / І. Ю. Сіваченко, Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.

204. Сільське господарство України за 2016 рік. Статистичний збірник – Київ: Держаналітформ, 2017. – 246 с. – (Відпов. за випуск О.М. Прокопенко).

205. Сільське господарство України: Стат.збірник. - К.: Держстат України, 2008. - 361 с.

206. Сіренко Н.М. Особливості впровадження науково-технічних інновацій в аграрному секторі економіки / Н.М. Сіренко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. - К. : НУБІП, 2009. - Вип. 142. Ч. 1. - С. 170 - 175.

207. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України: [монографія]/ Н.М.Сіренко. - Миколаїв, 2010. - 416 с.

208. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения / Г. М. Скударь. – Київ: Наукова думка, 1999. – 496 с.

209. Смолін І. В. Конкурентоспроможність підприємств: навчальний посібник для викладачів і студентів економічних спеціальностей / І. В. Смолін. – Київ: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. – 203 с.

210. Советский энциклопедический словарь. - М.: Совет энцикл., 1982. - 1600 с.

211. Стецюк П.А.Фінансові проблеми розвитку аграрного виробництва / П.А. Стецюк, О.Є. Гудзь // Економіка АПК. - 2012. - №4. - С. 73-78.

212. Стоян В.І Казначейська система виконання бюджетів /В.І. Стоян// Фінанси України, 2002. № 9. - С. 56 - 64.
213. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. К.: 2010. - 87 с.
214. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://nikolaychuk.at.ua/news/2011-11-17-52>.
215. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
216. Татибер Й. Strip-till – вирішення проблеми?! / Й. Татибер // Практичний посібник аграрія. - 2012. - № 3 (44). - С.94 - 96.
217. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями/ Б.Твисс// М.: Экономика, 1989. - 281 с.
218. Твисс Брайан Управление научно-техническими нововведениями: [сокращ. пер. с англ.] /Брайан Твисс. - М. : Экономика, 1989. - 271 с.
219. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/ С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова. М.: АЗЪ, 1995. - 761 с.
220. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми/ В.Трегобчук// Економіка України. - 2006. - №2. - С. 4-12.
221. Трофимова Л.А. Стратегия инновационной деятельности как процесс реализации инновационных решений [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.interun.spb.ru>.
222. Туган-Барановській М.І. Політична економія/ М.І. Туган-Барановський. - К.: Наукова думка, 1994. - 264 с.
223. Турило А.М. Оцінка ефективності інноваційного лізингу / А.М. Турило, Т.А. Черемисова // Фінанси України. - 2005. - № 1. - С. 44 - 48.
224. Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів [Електронний ресурс] // ВРУ - Відділ баз даних нормативно-правової

інформації. – 1994. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/981_006.

225. Угода про сільське господарство [Електронний ресурс] // ВРУ - Відділ баз даних нормативно-правової інформації. – 1994. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/981_005.

226. Ульянченко Ю. О. Формування моделі державного регулювання конкуренції в аграрному секторі економіки України [Електронний ресурс] / Юрій Олександрович Ульянченко // Публічне адміністрування: теорія та практика. Електронний збірник наукових праць. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01\(9\)/13uuouseu.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2013-01(9)/13uuouseu.pdf).

227. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / [С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін.]. – Київ: КНЕУ, 2008. – 520 с.

228. Уткин Э.А. Антикризисное управление/ Э.А.Уткин. - М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Издательство ЭКМОС, 1997. - 400 с.

229. Уткин Э.А. Инновационный менеджмент / Э.А.Уткин, Н.И.Морозова, Г.И. Морозова. - М.: АКАЛИС, 1996. - 243 с.

230. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – Москва: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

231. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент/ Р.А.Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2002. - 400 с.

232. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2008. - 368 с.

233. Федулова Л. Тенденції становлення новітнього технологічного укладу світової економіки та роль управління інтелектуальною власністю / Л. Федулова, Л. Цибульська // Економіка України . - 2011. - №12. - С. 23 - 35.

234. Федулова Л. Технологічна готовність економіки України до нових викликів в умовах відсутності технологічної політики / Л. Федулова // Економіка України . 2010. - №9. - С. 12 - 26.

235. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення [Електронний ресурс] / Федулова Л.І. // Економічна теорія. - 2013. - № 2. - С. 28-45. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecte_2013_2_4.pdf.

236. Федулова Л.І. Інноваційна система аграрної сфери України / Л.І. Федулова // АгроІнком. - 2012. - №1-3. - С. 53 - 62.

237. Xipel U.S. high technology trade and competetiveness. Staff report/V.Хіпель. – U.S.Department of Commerce, 1985. P. 19.

238. Хруцький В. Є. Сучасний маркетинг: Настільна книга по дослідженню ринку: навч. посібник / В. Є. Хруцький, І. В. Корнєєва, Є. Е. Автухова. – Москва: Финансы и статистика, 2005. – 560 с.

239. Хучек М. Инновации на предприятиях и их внедрение/Хучек М. - М.: Луч, 1992. - 148 с.

240. Царенко О. В. Інституційні відмінності переходу України до конкурентних регіональних ринків / О. В. Царенко. // Стратегія забезпечення сталого розвитку України - матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – 2008. – №3. – С. 47–48.

241. Цигилик І. І. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник / І. І. Цигилик, С. О. Кропельницька, О. І. Мозіль, І. Г. Ткачук. - Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. - 128 с.

242. Черепанова Н. О. Політична економія. Конспект лекція для студентів заочної форми навчання / Н. О. Черепанова. – Одеса: Наука і техніка, 2006. – 196 с.

243. Чуб Б. А. Оценка инвестиционного потенциала субъектов российской экономики на мезоуровне / Б. А. Чуб; под ред. д. э. н. В. В. Бандурина. - М. : БУКВИЦА, 2001. - 227 с.

244. Чудаєва І.Б. Агротехнопарки: світовий досвід та перспективи створення в Україні / І.Б. Чудаєва // Вісник Сумського нац. Ун-ту. Серія: Фінанси і кредит . - 2010. - №1(28). - С.159 - 165.

245. Чудаєва І.Б. Маркетинг технологічного парку / І.Б. Чудаєва // Інвестиції. - 2011. - №8. - С. 15 - 17.
246. Чудаєва І.Б. Науко-технічні зони: стратегія розвитку / І.Б. Чудаєва - Черкаси : Маклаут, 2011. - 530 с.
247. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України: наукове видання / А.А. Чухно. - К.: Логос, 2003.- 631 с.
248. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник/ Н. Чухрай, Р. Патора. - К.: Вид-во «Кондор», 2010. - 398 с.
249. Шайтан Б.И. Инновации в АПК и роль службы сельскохозяйственного консультирования/ Б.И. Шайтан// Инновационная деятельность в АПК: опыт и проблемы: материалы междунар. научно-практ. конф. (13-14 января 2005 г.). М., 2005. - С. 206 - 213.
250. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник / З. Є. Шершньова. – Київ: КНЕУ, 2004. – 699 с. – (2-ге видання, перероб. і доп.).
251. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навч. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. - К.: КНЕУ, 1999. - 384 с.
252. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков: ХНАДУ, 2003. – 186 с.
253. Ширма В.В. Вплив результатів інноваційної діяльності підприємств галузі рослинництва на рівень ефективності їх господарювання / В.В. Ширма // Економіка АПК. - 2014. - №9. - С. 81 - 86.
254. Школа В.Ю. Життєвий цикл інновацій та його етапи / В.Ю. Школа // Вісник СумДУ. - 2006. - № 1 (85). - С. 23 - 29.
255. Шлюсарчик Б. Еволюція і співвідношення понять конкуренції та конкурентоспроможності / Б. Шлюсарчик. // Академічний огляд. – 2001. – №1. – С. 20–26.
256. Шпак М. В Україні 85% сільгоспмашин - застаріла техніка [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.iae.org.ua>.

257. Шпикуляк О.Г. Етапність інноваційного процесу та оцінка ефективності інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / О.Г. Шпикуляк, С.В. Тивончук, О.М. Супрун // Економіка АПК. - 2011. - №12. - С. 109 - 116. Режим доступу - <http://elibrary.nubip.edu.ua/14023/1/tyvonchuk3.pdf>).

258. Шпикуляк О.Г. Формування системи оцінювання інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України [Електронний ресурс] / О.Г.Шпикуляк, С.О.Тивонук, С.В.Тивончук // Економіка АПК. - 2013. -№ 12. - 79-84. Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgiiirbis_64.exe.

259. Шпичак О. М. Проблеми ціноутворення в контексті купівельної спроможності населення та інфляційних процесів / О. М. Шпичак. // Економіка АПК. – 2016. – №6. – С. 59–70.

260. Шубравська О. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: теоретико-методологічний аспект / О. Шубравська // Економіка України . - 2012. - №1. - С. 27 - 35.

261. Шубравська О.В. Перспективи модернізації аграрного сектору України / О.В. Шубравська, К.О. Прокопенко // Економіка України. - 2013. - №8. - С. 64 - 76.

262. Шукшунов В.Е. Технопарки России [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://technopark.al.ru/shukshunov/tparkrus.zip>.

263. Шумпетер И. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры/ И.Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. - 455 с.

264. Щербина В.С. Особливості правового регулювання інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://radnuk.info/komentar/gky/gky-rozdil6/87-gk-gl34/1613--327.html>.

265. Щур С. Конкуренція як рушійна сила ринкової економіки / С. Щур. // Економічна теорія: сучасна парадигма та її еволюція на порозі ХХІ століття: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 1–2 берез. 2000 р. – 2000. – №3. – С. 143–147.

266. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика/ А.Ю. Юданов. - М.: АКАЛИС, 1996. - 272с.
267. Юдицький О. Л. Правові засади економічної конкуренції як об'єкта державного регулювання [Електронний ресурс] / О. Л. Юдицький – Режим доступу до ресурсу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10yolodr.pdf>.
268. Яковенко В.П. Ринок сільськогосподарської техніки: проблеми становлення / В. П. Яковенко, Я. К. Білоусько, Г. М. Підлісецький, В. Л. Товстопят та ін. ; за ред. Г. М. Підлісецького. - К.: ННЦ ІАЕ, 2005. - 220 с.
269. Янковська О. І. Особливості інновацій в сільському господарстві [Електронний ресурс] / О. І. Янковська // Економіка. Управління. Інновації. - 2010. - № 2 (4). - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10yaoiicg.pdf.
270. Ярошенко С. П. Принципи конкурентноздатності сфери матеріального виробництва / С. П. Ярошенко. // Регіональні перспективи. – 1998. – №1. – С. 37–39.
271. Яців І. Б. Засади інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія . – Львів : Український бестселер, 2013. – С. 212-239.
272. Яців І. Оцінка ризиків інноваційних проектів у сільському господарстві / Ігор Яців // Економічний аналіз : зб. наук. пр. / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Економічна думка, 2011. – Вип. 9, ч. 1. – С. 421-423.
273. Яців І. Прийняття інноваційних рішень менеджментом сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – Вип. 2 (129) / наук. ред. І. Г. Манцуров. – К., 2012. – С. 81-85.

ДОДАТКИ

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

монографії:

1. Mykolenko I. Part 2. Transformation of approaches to the management of socio-economic systems. Konwerje społeczno-economiczne wspolczesnego społeczeństwa social and economic changes of contemporary socioety : monograph. Opole, 2017. P. 124-129.

2. Мандич О.В., Науменко І.В., Миколенко І.Г. Особливості конкурентних стратегій розвитку підприємств України. Social and Economic Changes of contemporary society : monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. P. 124-130. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні типології конкурентних стратегій)*

3. Децентралізація управління публічними фінансами в Україні : монографія / [О.Ю. Амосов, М.М. Коваленко, І.Г. Миколенко та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. О.Ю. Амосова. Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2018. 200 с. *(авторський внесок полягає в оцінці конкурентоспроможності суб'єктів сільськогосподарського виробництва)*

4. Перебийніс В.І., Рогоза М.Є., Миколенко І.Г., Кононенко Ж.А. Стратегічні аспекти енергозабезпечення випереджаючого інноваційного розвитку економіки. Управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку : монографія / за ред. к.е.н., доцента Ілляшенко Н.С. Суми : Територія, 2020. С. 31-43. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні методологічних підходів до виявлення зв'язку інноваційного розвитку та конкурентоспроможності)*

5. Миколенко І.Г. Стратегії конкурентного розвитку аграрних підприємств: механізми та інструментарій. Монографія. Харків: «Смугаста типографія», 2021. 320 с.

статті у наукових фахових виданнях:

6. Миколенко І.Г. Оцінка інтеграційних процесів в економічному розвитку аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 2. Т. 2. Економічні науки. С. 155-159.

7. Миколенко І.Г. Динаміка ефективності виробництва та реалізації зерна круп'яних культур. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2011. Вип. 3. Т. 2. Економічні науки. 2011. С. 137-142.

8. Писаренко С.В., Миколенко І.Г., Розвиток польового кормовиробництва в контексті пропорційності сполучення галузей сільського господарства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. 2011. Випуск 113. С. 235-244. *(авторський внесок полягає у встановленні зв'язку конкурентоспроможності та ефективності)*

9. Миколенко І.Г. Напрями розвитку маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. Вип. 1 (4). Т.1. 2012. С. 196-200.

10. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Оцінка ступеня розвитку ресурсного потенціалу рослинницьких аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. Вип. 2 (5). Т. 3. С. 198-204. *(авторський внесок полягає в оцінці конкурентного потенціалу аграрних підприємств)*

11. Миколенко І.Г. Напрями гармонізації економічних інтересів учасників внутрішнього ринку агропродовольчої продукції. Вісник Сумського національного аграрного університету: Серія «Економіка і менеджмент». 2013. Випуск 4 (55) С. 104-108.

12. Миколенко І.Г., Бурлака О.П. Особливості державного регулювання аграрного сектору економіки України. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Вип. 1 (6). Т. 3. С. 208-212. *(авторський внесок полягає в ідентифікації напрямів конкурентного розвитку)*

13. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Перспективи розвитку виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Полтавської області. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Вип. 2 (7). Т. 1. С. 196-205. *(авторський внесок полягає в апробації методичного підходу до оцінювання ринку конкурентоспроможності)*

14. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Організаційно-економічні засади антикризового управління сільськогосподарським підприємством. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2014. № 4. С. 156-165. *(авторський внесок полягає у виявленні напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції)*

15. Миколенко І.Г. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств з виробництва круп'яних культур. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2014. Вип. 2 (9). С. 201-206.

16. Миколенко І.Г., Бурлака О.П. Формування конкурентоспроможного виробництва зерна в Полтавській області. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2015. Спецвипуск 2015 року. С. 148-152. *(авторський внесок –*

17. Миколенко І.Г., Дядик Т.В., Писаренко С.В. Джерела та ефективність інвестицій в людський капітал. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2015. Вип. 1 (10). С. 135-143. *(авторський внесок полягає в ідентифікації напрямів інноваційно-інвестиційного та конкурентного розвитку аграрних підприємств)*

18. Миколенко І.Г., Дядик Т.В., Писаренко С.В. Тенденції та перспективи інтенсифікації молочного скотарства в сільськогосподарських підприємствах. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2016. Вип. 1 (12). С. 68-75. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні шляхів підвищення ефективності та конкурентоспроможності)*

19. Миколенко І.Г. Механізми управління розвитком кадрового потенціалу аграрних підприємств. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2 (13). Полтава : ПДАА. 2016. С. 240-248.

20. Миколенко І.Г. Механізм соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. № 4. С. 62-72.

21. Kviatko T.M, Rudenko S.V., Mykolenko I.G. Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. №2. С. 48-53. *(авторський внесок полягає в обґрунтуванні типології стратегій конкурентного розвитку)*

22. Миколенко І.Г. Особливості маркетингової діяльності суб'єктів аграрного бізнесу в динамічних конкурентних структурах цільових ринків. Регіональна економіка та управління. 2019. Частина II. С. 30-34.

23. Babenko V., Nakisko O., Mykolenko I. Research of the aspects of modeling of the project management of risk of implementation system information support. Технологический аудит и резервы производства. 2018. № 1/4 (39). С. 64-69. *(авторський внесок полягає в)*

24. Миколенко І. Г. Особливості систематизації умов забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. – 2021. – Том 6. – № 1. – С. 369 – 374.

25. Миколенко І. Г. Інноваційно-інвестиційна спрямованість сільськогосподарського підприємства в системі підвищення його конкурентоспроможності. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2021. № 1. С. 31-35.

*У зарубіжних виданнях та вітчизняних виданнях,
які включені до міжнародних наукометричних баз:*

26. Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I. World informatization in conditions of international globalization: Factors of influence. Global Journal of Environmental Science and Management. V Article 29, Volume 5, Special Issue, 2019, Page 172-179. (Scopus). *(авторський внесок)*

27. Makarenko Y., Tereshchenko S., Metelenko N., Mykolenko I., Oliinyk, A. Strategic risks management in implementation of it projects (2019) Academy of Strategic Management Journal. 2019. No. 18 (4). P. 1-5. (Scopus). *(авторський внесок –*

28. Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I. World informatization in conditions of international globalization: Factors of influence. Global Journal of Environmental Science and Management [this link is disabled](#), 2019, №. 5(Special Issue), pp. 172–179. (Scopus).

29. Шпак Ю.В., Федорчук О.М., Миколенко І.Г. Перспективи та проблеми інноваційного розвитку агропромислового виробництва на регіональному рівні. Colloquium-journal. 2021. №17 (104). С. 77-82. *(авторський внесок –*

30. Миколенко І.Г. Теоретико-методологічний апарат конкурентних відносин. Colloquium-journal. 2021. №19 (106). С. 56-63.

в інших виданнях:

31. Миколенко І.Г. Оцінка економічного розвитку аграрних підприємств Полтавщини. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Формування та розвиток інтеграційних процесів в АПК». Полтава: ПДАА, 2011. С. 67-69.

32. Миколенко І.Г. Розвиток виробництва молока в Полтавській області. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи». Харків: ХНТУСГ, 2013. С. 23-25.

33. Миколенко І.Г. Обмеження розвитку управління маркетингом сільськогосподарської сировини на внутрішньому ринку. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингове забезпечення ринку продовольства», 23-24 квітня 2013 р. Полтава: ПДАА. 2013. С. 50-52.

34. Писаренко С.В., Миколенко І.Г. Основні засади управління навчально-дослідницькою діяльністю студентів у вищих навчальних закладах. Матеріали 45-ї науково-методичної конференції «Сучасні педагогічні технології управління науково-дослідною діяльністю студентів». Полтава: РВВ ПДАА, 2014. С. 50-53. (авторський внесок –

35. Миколенко І.Г. Сучасний стан м'ясопродуктового підкомплексу АПК в Полтавській області. Матеріали науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 13-14 травня 2014 року). Ч. 1. Полтава : РВВ ПДАА, 2014. С. 50-53.

36. Миколенко І.Г. Антикризове управління сільськогосподарським підприємством. Матеріали науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 13-14 травня 2015 року). Т. 1. Полтава: РВВ ПДАА, 2015. С. 152-155.

37. Миколенко І.Г. Підвищення якості м'яса – один з головних чинників забезпечення конкурентоздатного виробництва Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2016 р. (м. Полтава, 17-18 травня 2017 р.). Полтава: РВВ ПДАА, 2017. С. 86-88.

38. Миколенко І.Г. Формування систем ринкового розподілу сільськогосподарської продукції. Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30 листопада 2017 року). Полтава: ПДАА, 2017. С. 289-292.

39. Миколенко І.Г. Розвиток експортного потенціалу вітчизняного молокопродуктового підкомплексу. Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 30 березня 2017 року). Полтава : кафедра економіки підприємства ПДАА, 2017. С. 107-108.

40. Миколенко І.Г. Маркетингова діяльність – елемент конкурентоспроможності цільових ринків. Науково-практична конференція професорсько-викладацького складу : збірник наук. праць профес.-викл. складу академії за підсумками наук.-досл. роботи в 2019 році, (22-23 квітня 2020 р., ПДАА, м. Полтава). Полтава: ПДАА, 2020. С. 26-29.

41. Миколенко І.Г. Формування концепції «конкуренція» підприємницьких структур та їх поведінки на ринку : зб. наук. праць наук.-

практ. конф. професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2018 році. 16-17 травня 2019 р. Полтава: ПДАА, 2019. С. 13-16.