

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет*

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

*Тема: Економічне забезпечення конкурентоспроможності підприємства АПК»  
Спеціальність 051 «Економіка»,  
освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»*

*Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_/МельникЛ.Г.*

*Керівник роботи: \_\_\_\_\_/Кубатко О.Вас.*

*Виконавець: \_\_\_\_\_/Комаревич О.О.  
П.І.Б.*

*Група: Е.м.-81  
шифр*

**Суми 2019**

## ВСТУП

Актуальність теми. Агропромисловий комплекс є стратегічно важливою складовою національної економіки України. В цій галузі формується значна валового продукту країни та саме ця галузь приносить до третини експортних надходжень. Саме тому забезпечення конкурентоспроможності агропромислових підприємств відноситься до одного з найбільш пріоритетних завдань економічного розвитку України. Тільки конкурентоспроможні підприємства можуть виробляти продукцію у відповідності до міжнародних стандартів та отримати переваги від міжнародного співробітництва які будуть виражені у вигляді інвестицій, міжнародних сертифікацій, кредитування та науково-технічному забезпеченні агропромислових підприємств.

Сучасні динамічні умови які склались на ринку спричинили трансформацію підприємств аграрного сектору наслідками яких є організаційно-економічні зміни та непередбачуваність економічних процесів та стан конкуренції. Саме недостатня вивченість управління конкурентоспроможність в сучасних умовах зумовила обрання даної теми для дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення основних теоретичних засад та практичних напрямків покращення конкурентоспроможності підприємств агропромислового сектору України.

Обрано наступні основні завдання відповідно до поставленої мети:

- обґрунтувати концептуальні засади економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору;
- провести аналіз економічного рівня конкурентоспроможності досліджуваного підприємства;
- навести основні шляхи для покращення конкурентоспроможності підприємств.

Об'єктом дослідження є економічні відносини які виникають в процесі формування та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та розрахунково-аналітичні аспекти формування, забезпечення та покращення конкурентоспроможності підприємств агропромислового сектору.

Методи дослідження. Теоретичну та методичну основою дослідження складає поєднання методів і прийомів наукового пізнання, що були використані в процесі вивчення зазначеної проблеми. У роботі було застосовано метод факторного аналізу для визначення вагомості факторів впливу на формування прибутку підприємства; історичний (дослідження еволюції поглядів на економічної сутності конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності); метод порівняння (порівняння та визначення кращих стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємствами агропромислового комплексу).

Інформаційною базою проведення дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, підручники, статистичні дані та інша науково-періодична література з питань економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору в ринкових умовах.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні вже існуючих теоретико-методичних підходів та створенні рекомендацій спрямованих на підвищення забезпечення конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору.

Одержані практичні результати дослідження можуть бути використані для аналізу та покращення структури управління забезпеченням конкурентоспроможністю підприємств що входять до складу агропромислового комплексу України.

Отже, дослідження економічного забезпечення конкурентоспроможності є важливим завданням на шляху до досягнення ефективного функціонування аграрної системи, яка є частиною для стабільного економічного розвитку країни.

# **1. Теоретико-методологічні засади формування економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств АПК**

## **1.1 Сутність економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств АПК**

Функціонування окремих частин економічної системи АПК, а саме підприємств та організацій, власне як і підприємств інших галузей економіки України, потребує створення середовища конкурентної боротьби та шляхом використання конкурентних переваг забезпечення ефективної конкуренції. Саме шляхи якими розвивається конкурентоспроможність та конкуренція на ринку в цілому є відображенням процесу економічного забезпечення, яке ґрунтується обраною політикою ведення конкурентної боротьби, організаційно-економічними формами та власне ресурсним потенціалом.

Термін «економічне забезпечення конкурентоспроможності» складається з двох основних частин, які слід розглянути окремо. Це відповідно «економічне забезпечення» та «конкурентоспроможність».

Чіткого визначення категорії «економічне забезпечення» ніхто з авторів не дає. Як стверджує Львовчкін С.В, під економічним забезпеченням розуміють систему економічних відносин, які виникають у процесі виробництва й реалізації благ (товарів, робіт, послуг) між окремими (самостійними) суб'єктами ринку, між суб'єктами ринку і державою (регіоном), між самою структурою та її трудовим колективом, між власниками капіталу і найманими працівниками з приводу порівняння витрат із доходами, виявлення, розподілу та використання прибутку [15, с. 36]. На нашу думку рішення економічного забезпечення конкурентоспроможності є створення та впровадження економічних стимулів діяльності підприємства, а саме ефективного використання інвестиційного та ресурсного потенціалу, та ефективного управління капіталом.

Економічне забезпечення – це складна та розгалужена система чинників, кожен з яких є окремим, незалежним елементом цієї системи, а саме вона в себе включає 8 основних складових, таких як:

- техніко-технологічна
- кадрова
- інформаційна
- матеріальна
- маркетингова
- організаційна
- інноваційна
- фінансова

Техніко-технологічна – це сукупність головних елементів виробничого процесу, за допомогою яких визначається основний шлях отримання продукції, який здійснюється шляхом використання різноманітної техніки та засобів об'єднаних у технологічні системи структурних підрозділів підприємства для проведення інвестиційної діяльності.

Матеріальна – це сукупність процесів отримання сировини, напівфабрикатів та деталей для виробничого процесу в потрібному обсязі та у встановлені терміни згідно з вимогами інвестиційного процесу.

Інноваційна – це сукупність заходів направлених на використання та впровадження інновацій, що є основою інвестиційної діяльності та забезпечення конкурентоспроможності.

Кадрова – це сукупність заходів спрямованих на якісний підбір співробітників які безпосередньо беруть участь в інвестиційній діяльності. Кваліфіковані кадри завжди були і будуть запорукою успіху в будь-якій діяльності.

Організаційна – це система забезпечення інвестиційної діяльності, яка основана на взаємозв'язках різних служб, підрозділів та безпосередньо керівників, які уповноважені приймати та здійснювати інвестиційну політику.

Інформаційна – це сукупність заходів направлених на вибір та аналіз інформаційних показників та різного роду аналітичних розрахунків, які необхідні для прийняття інвестиційних рішень

Фінансова – це одна із суттєвих і головних складових інвестиційного забезпечення. Це сукупність заходів спрямованих на вибір, формування та використання найбільш надійних і максимальних за обсягом джерел фінансування.

Маркетингова – це сукупність заходів спрямована на дослідження ринку і попиту споживачів, політики просування товару і формування ціни, стимулювання продажів та рекламних кампаній з метою досягнення інвестиційних цілей.

Іншою складовою є конкурентоспроможність. В економічній літературі існує досить велика кількість визначень цього поняття. Основним тезисом більшості з них (рис. 1.1) є здатність підприємства діяти в умовах конкурентних ринкових умов і в той же час отримувати прибуток, який зможе в достатній мірі забезпечити науково технічне вдосконалення виробництва, стимулювання праці співробітників а також підтримку якості продукції на достатньому рівні.

За своєю сутністю конкурентоспроможність є відносним поняттям та має досить мінливий характер, тому що визначається вона лише у порівнянні з іншим суб'єктом, у нашому випадку з іншим підприємством. Обидва підприємства перебувають постійно «у русі» кожен маючи свою політику конкурентної боротьби та шляхи розвитку і зі зміною цих характеристик кожного із підприємств змінюється рівень конкурентоспроможності. Це і є мінливість конкурентоспроможності.

<p>Воронкова А.Е. [29]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ознака суб'єкта ринкових відносин, яка виявляється в процесі конкуренції та дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для забезпечення розширеного відтворення, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва й отримання прибутку від господарської діяльності.</li> </ul>
<p>Карлофф Б. [16]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• це здатність забезпечити кращу пропозицію порівняно з конкуруючим підприємством</li> </ul>
<p>Портер М. [30, с. 40]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• є порівняльною характеристикою підприємства, яка відбиває різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно до аналогічних показників інших підприємств певної однорідної групи.</li> </ul>
<p>Іванов Ю.Б. [15, с.28-29]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• є окремою системною категорією, яка відбиває ступінь реалізації цілей підприємства в процесі його взаємодії з факторами зовнішнього оточення.</li> </ul>
<p>Сідун В. А [34]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Узагальнююча оцінка конкурентних переваг підприємства в питаннях: формування ресурсного потенціалу; ефективного функціонування; задоволення попиту</li> </ul>
<p>Зав'ялова П.С [12, с. 213]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом наявних у фірми засобів, включаючи маркетингові</li> </ul>

Рисунок 1.1 – Конкурентоспроможність з точки зору різних авторів.

В основі забезпечення конкурентоспроможності лежать економічні механізми, які складаються з системи елементів, що контролюють процес прийняття рішень на підприємстві, що віднесені до сфери господарської діяльності. Всі елементи механізму повинні перебувати у постійному взаємозв'язку між собою для забезпечення ефективного функціонування системи. Звідси і походить розподіл конкурентоспроможності на окремі елементи.

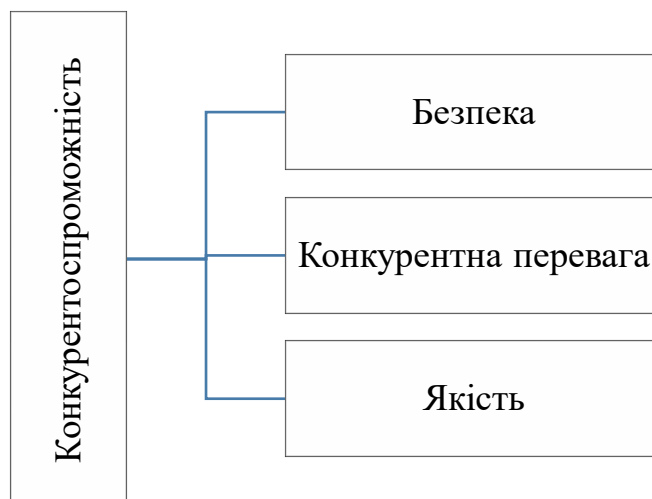


Рисунок 1.2 – Структура конкурентоспроможності

Як було сказано вище, всі елементи пов'язані між собою. На практиці це відбувається у вигляді реалізації безпеки на основі технічних стандартів, які встановлені державою, однак лише дотримання цих стандартів не надає конкурентних переваг, оскільки якість в свою чергу теж має одне із ключових значень. Іншими словами у споживачів майже завжди є вибір благ на ринку і саме тому якість має важливе значення так само як і наявність якоїсь конкурентної переваги одного товару над іншим.

Узагальнивши можна сказати що економічне забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це реалізація або утримання переваг на ринку над іншими суб'єктами що представлені у цій галузі шляхом забезпечення переваг у одному, або більше, елементах структури економічного забезпечення.



## 1.2 Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства АПК

Агропромисловий комплекс має певні особливості у порівнянні з іншими галузями економіки України, тому фактори можна розподілити на дві основні групи, а саме: загальні фактори конкурентоспроможності підприємств та специфічні фактори агропромислових підприємств.

Один із найбільш поширених розподілів факторів, що відносяться до більшості підприємств будь-якої галузі є розподіл на зовнішні та внутрішні фактори (рис. 1.3)



Рисунок 1.3 – Фактори конкурентоспроможності підприємства

Зовнішні – це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання. Внутрішні – фактори самого підприємства, що впливають на ринок[12]. Варто відзначити тісний взаємозв’язок між цими факторами, а саме в деяких випадках поява зовнішніх факторів спонукає до появи відповідних, пов’язаних внутрішніх факторів.

Однак слід враховувати особливості аграрної сфери. Різні підприємства АПК мають різний потенціал, різної складності середовище та різні стратегії. З цього випливає, що різні підприємства можуть мати однакові фактори на які підприємство може впливати(керовані), на які підприємство не може впливати або такі при появі яких підприємство може пристосуватись (некеровані).

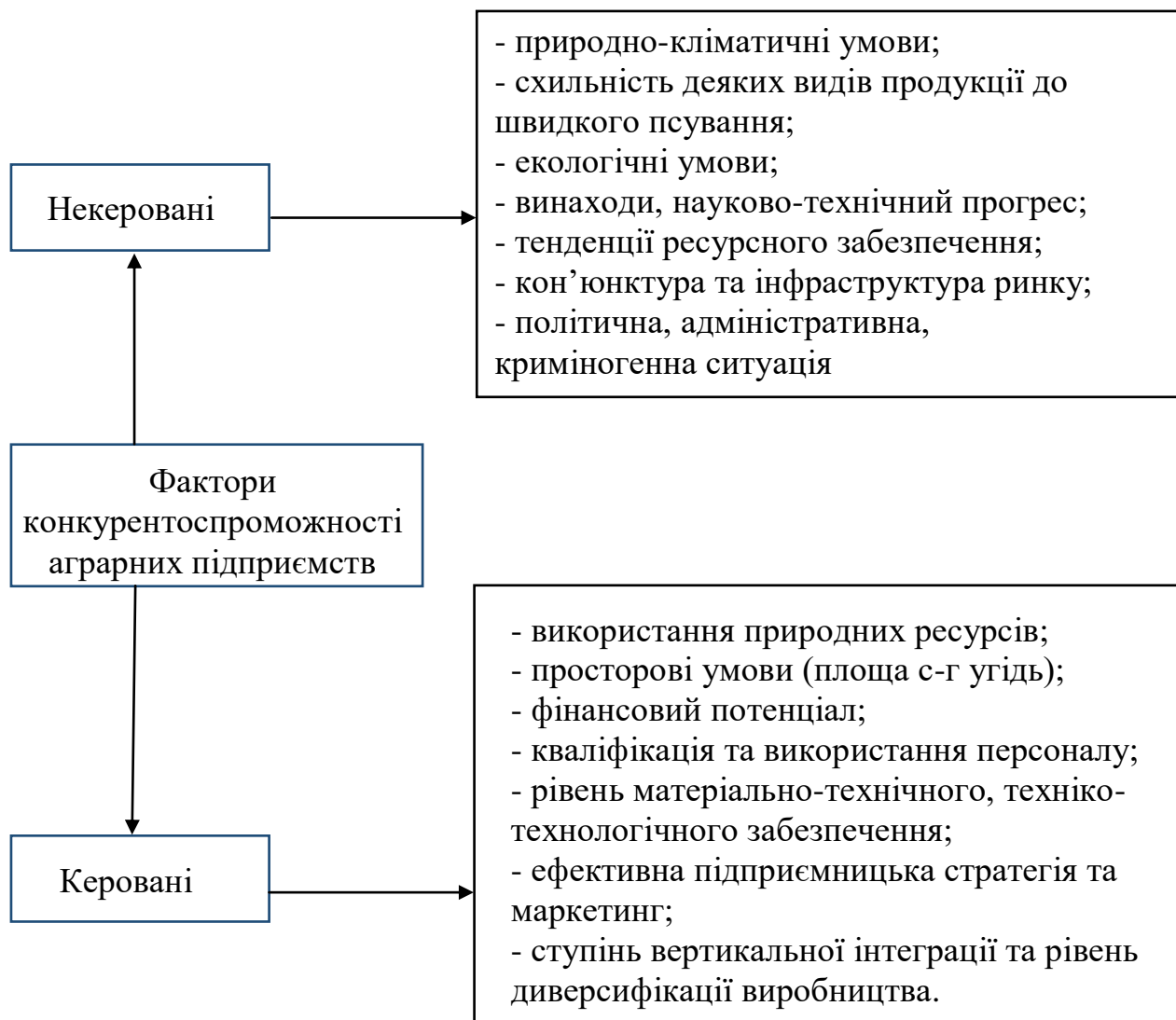


Рисунок 1.4 – Фактори конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Також одним із цікавих пунктів, який може бути окремо включеним до цієї класифікації є «політична, адміністративна, криміногенна ситуація». Цю групу можна окремо виділити і назвати фактори контрольовані державою. Сюди відноситься вплив на галузь через різні види політики (монетарна, освітня та ін. або державні дотації).

Також слід приділити увагу факторам конкурентоспроможності які були висунуті А.А. Томпсоном - молодшим та А.Дж. Стрікланд. Вони вважали важливим вплив та ієрархію наступних факторів:

- якість надання послуг;
- репутація підприємства;
- використання технологій;
- можливості розширення та розвитку;
- інноваційний розвиток;
- фінансові ресурси;
- витрати у порівнянні до конкурентів;

Узагальнивши наведену вище класифікацію можна сказати, що на думку авторів конкурентоспроможність підприємства залежить від рівня розвитку підприємства, а саме його технологічного та інноваційного потенціалу і якості послуг які вони надають. Як результат роботи підприємства над покращенням цих факторів впливає репутація та нові джерела фінансових ресурсів у вигляді інвестицій.

Інноваційно-інвестиційна діяльність має вагоме значення для забезпечення рівня економічної конкурентоспроможності. Це, мабуть, один із єдиних факторів який може одночасно відноситись як і до зовнішніх так і внутрішніх факторів. Якість продукції, відповідність її стандартам, техніко-технологічний рівень виробництва – все це напряду залежить від інноваційно-інвестиційно діяльності, незважаючи внутрішні чи зовнішні це інвестиції.

Підсумовуючи наведенні класифікації та фактори які до них відносяться можна сказати, що на кількісні та якісні показники роботи підприємства, іншими

словами його ефективність, несе вплив велика кількість факторів. Можливо навіть більша ніж в деяких інших галузях економіки, що підвищує ризики діяльності в цій сфері. Однак наявність конкурентних переваг із вищенаведених демонструє реальні реалізовані можливості підприємства. На останок слід додати, що вплив як зовнішнього так і внутрішнього середовища не обмежений лише списком вище наведених факторів.

## **2. Методичні основи оцінки економічного забезпечення конкурентоспроможності ПАТ ЖЗ «Агромаш»**

### **2.1 Методика оцінки конкурентоспроможності підприємств АПК**

Оцінка конкурентоспроможності є важливою для ефективного функціонування всіх сфер АПК. У сучасному світі запроваджено нові концепції та стандарти для успішного функціонування АПК. Це проявляється у підвищених вимогах до якості продукції, яка випускається, надійності виробника, цінкових та нецінових чинників. Рівень конкурентоспроможності продукції повинен бути узгоджений з конкурентоспроможністю підприємства та, безпосередньо, конкурентоспроможністю галузі. Саме при таких умовах забезпечиться стійкий розвиток на ринку товарів та послуг[32,40].

У світовій практиці оцінка конкурентоспроможності у сферах агропромисловості займає вагомe місце і має вже значний накопичений досвід. Як правило, на світовому рівні оцінка проводиться авторитетними міжнародними агентствами. Західні фірми для оцінки конкурентоспроможності АПК використовують метод «розгортання функцій якості». Це системний підхід до того, щоб вдосконалити конструкцію та параметри виробу при одночасному розвитку технології, яка відповідає запитам ринку. Такий метод розповсюджений в Сполучених Штатах Америки, Великобританії та Японії. Він ґрунтується на тому, щоб дослідити попит потенційних покупців, який в подальшому відобразиться на визначених стадіях життєвого циклу товару. Французькі вчені для оцінки конкурентоспроможності використовують метод «конкурентного маркетингу». Він спроможний дати точну оцінку не лише товару, а й підприємству, що його виробляє. [16]

На сьогодні не існує загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності підприємств АПК. Для того, щоб провести загальну оцінку конкурентоспроможності АПК, варто проаналізувати

конкурентоспроможність окремих підприємств, які утворюють агропромисловий комплекс країни. Така система виокремлює оцінку агропромислової продукції, суб'єктів господарювання, виду економічної діяльності та держави [40].

Оцінка конкурентоспроможності підприємств АПК за різними чинниками наведена на рисунку 2.1.

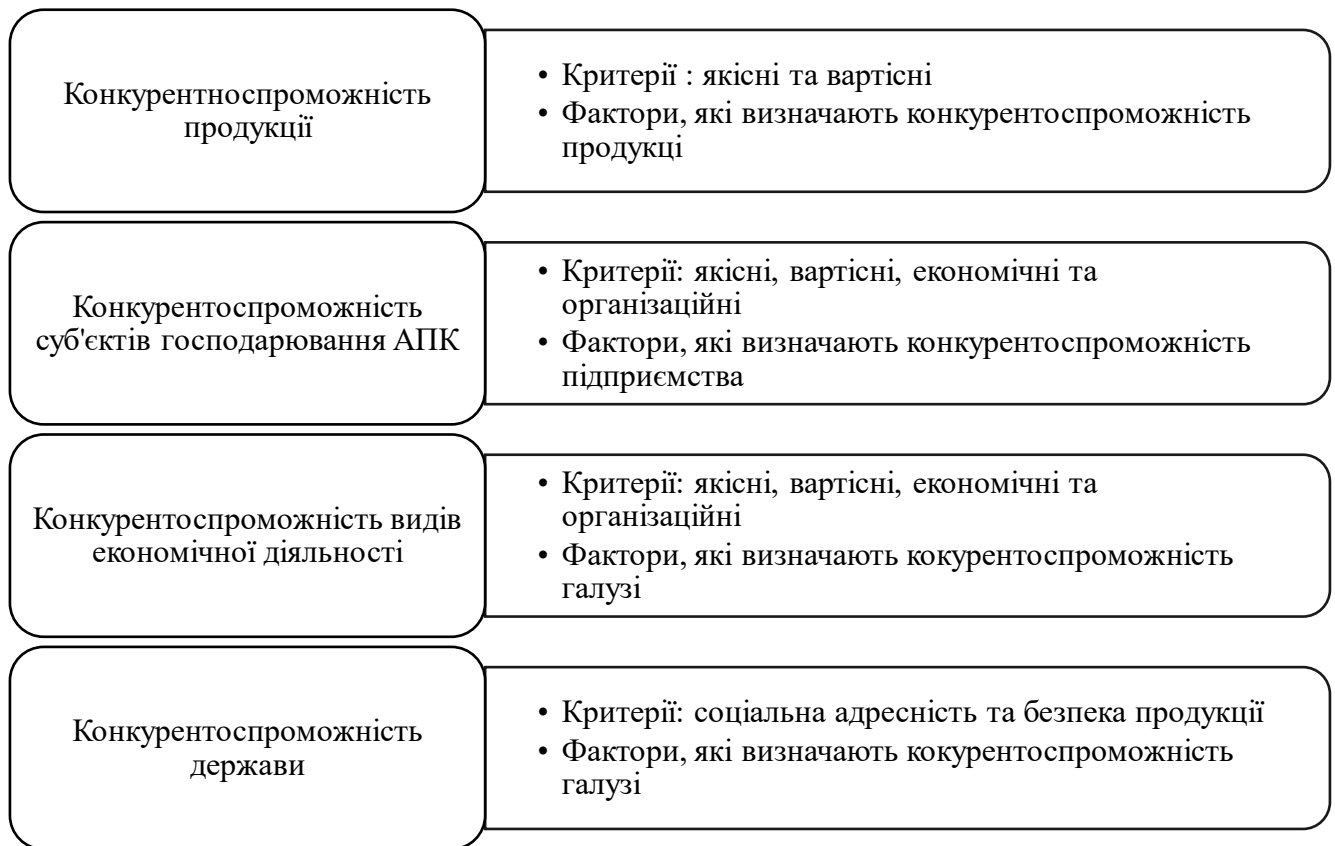


Рисунок 2.1 – Оцінка конкурентоспроможності підприємств АПК за різними чинниками [26].

Конкурентоспроможність підприємств АПК визначається набором якісних та кількісних показників, зовнішніх і внутрішніх конкурентних переваг. Ці показники необхідно оцінити для того, щоб визначити та встановити вплив на те, яка результативність діяльності суб'єктів господарювання екзогенних та ендогенних факторів, а також визначити сучасні і перспективні тенденції розвитку, можливості та загрози, сильні та слабкі сторони. Саме тому визначальна передумова формування та реалізації конкурентних переваг АПК – проведення оцінки рівня його конкурентоспроможності та конкурентних переваг.

Питанням методики оцінки конкурентоспроможності займалися багато вчених. О. Царенко дотримується думки, що оцінка конкурентоспроможності агропромислового комплексу залежить від галузевих особливостей підприємства. Чим більша кількість досліджуваних показників, тим достовірнішим буде результат [37].

С. Мілевський розділяє підходи до оцінки конкурентоспроможності на групи:

- 1) методи визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства з використанням експертних оцінок;
- 2) методи визначення конкурентного статусу фірми;
- 3) графічні методи;
- 4) методи, засновані на синтезі інтегрального показника з набору економічних показників [25].

Важливе значення серед методів оцінки конкурентоспроможності займають соціологічні методи. Під соціологічними методами мається на увазі систематизований засіб досягнення теоретичного та практичного результатів, розв'язання проблеми та отримання нової інформації. Головною проблемою постає обрання методів, які є найбільш вдалим для об'єкта та предмета дослідження. В даному випадку варто враховувати економічну доцільність та обмеженість ресурсів. При використанні соціологічних методів вагомим недоліком є суб'єктивний підхід дослідника, що впливає на збільшену вірогідність похибки[40].

Провівши аналіз серед праць дослідників, можна виокремити наступні групи інструментарію оцінки конкурентоспроможності та конкурентні переваги об'єктів та суб'єктів:

- 1) методи, які ґрунтуються на оцінці порівняльних переваг;
- 2) методи, засновані на теорії рівноваги підприємства і галузі;
- 3) методи, побудовані на теорії ефективної конкуренції;
- 4) методи, засновані на теорії якості товару і послуг;

5) методи, які формуються на системі матричного аналізу;

6) методи, що формуються на теорії мультиплікатора[41].

Ще однією з методик оцінки конкурентоспроможності є визначення якісних та кількісних характеристик досліджуваного предмету.

Кількісні методи оцінювання передбачають розрахунок певних величин ( коефіцієнтів та індексів). Ці величини визначають рівень індикаторів за визначеними аспектами конкурентоспроможності і їх об'єднанням у групові та інтегральний показники.

Якісні методи оцінки здебільшого не пов'язані з математичними розрахунками та пов'язані з експертними оцінками (рис 2.2).





Рисунок 2.2 – Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [9, 21, 36, 38]

Наступна схема поєднує методики оцінки конкурентоспроможності.

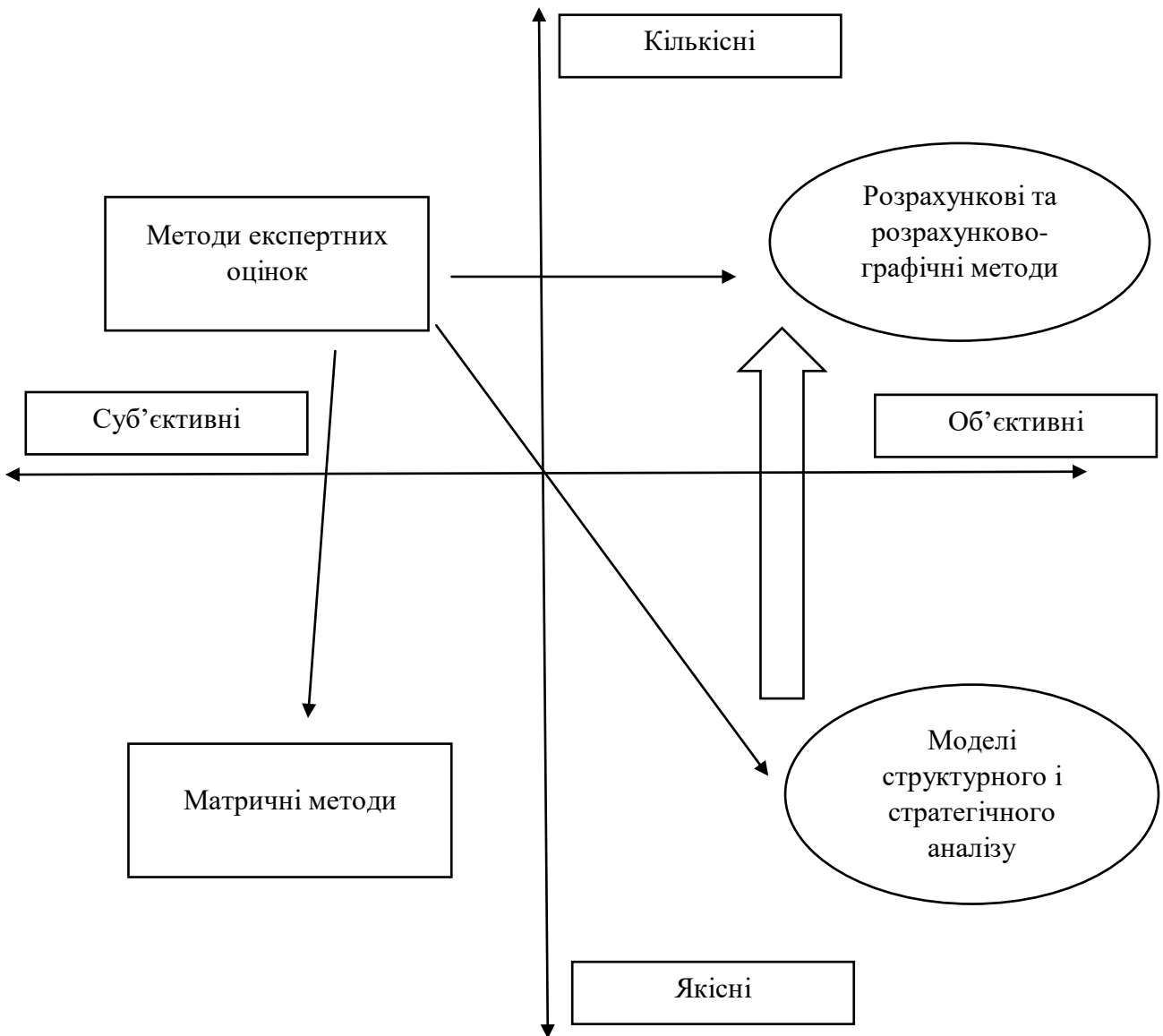


Рисунок 2.3 – Типологія методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [17]

## 2.2 Аналіз фінансового стану ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України»

Сучасна ринкова економіка України передбачає те, що здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства – об'єктивна необхідність. Оскільки для того, щоб займати високу конкурентну позицію серед інших підприємств, варто аналізувати та досліджувати своє конкурентне положення.

Для того, щоб оцінити стан конкурентоспроможності підприємства, необхідно провести аналіз його фінансового стану.

Аналіз ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» був здійснений на основі фінансових результатів підприємства. Для початку проаналізуємо активи та пасиви.[35, 5]

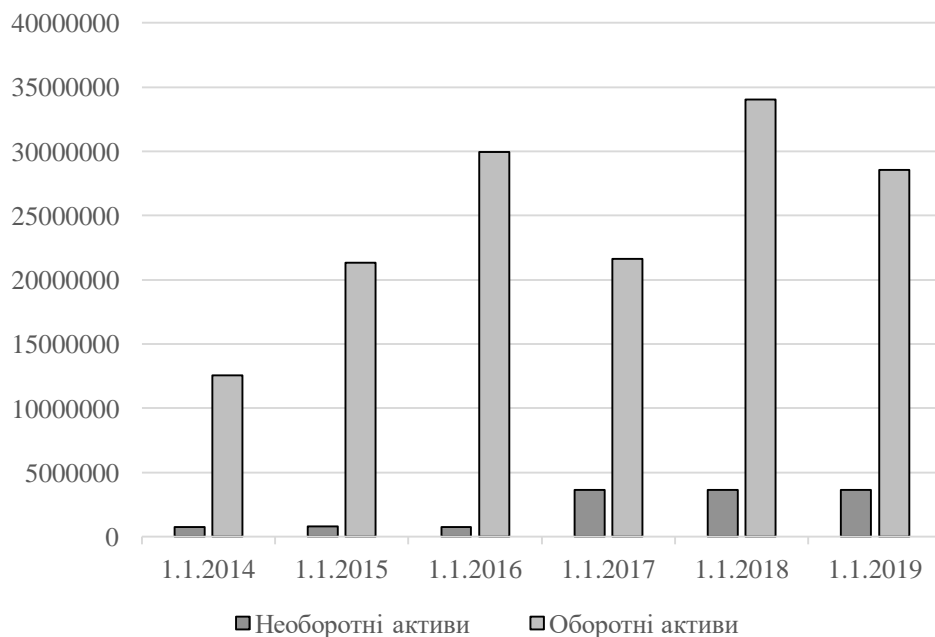


Рисунок 2.4 – Аналіз основних складових активів [складено автором на основі 42]

Для аналізу нами було обрано найвагомші статті активів. Рисунок 2.4 показує, що за досліджуваний період обсяг оборотних активів значно переважає над необоротними активами. Найвище значення показника оборотних активів

було зафіксовано у 2018 році і становило 34047131 тис. грн., а найменше – у 2014 році (12549868 тис. грн.) Найбільший показник необоротних активів був у 2017 році (3646866 тис. грн), а найменший – у 2014 році (731104 тис. грн.).

Обсяг сукупних активів підприємства має тенденцію до зростання, крім 2017 та 2019 років. З початку досліджуваного періоду загальний обсяг активів збільшився на 18918345 тис. грн. Це свідчить про ефективну роботу підприємств, спрямовану на розширення власної діяльності, та його здатність забезпечувати нарощення активів за рахунок залучення необхідних фінансових ресурсів з різних джерел. Для більш глибокого аналізу дослідимо структурні частки показників.

Таблиця 2.5 – Динаміка та структура необоротних та оборотних активів за період 1.01.2014-1.01.2019рр., % [складено автором на основі 42]

	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019
Необоротні активи	100	100	100	100	100	100
Нематеріальні активи	0,27	0,17	0,32	0,09	0,10	0,09
1.1. Незавершені капітальні інвестиції	4,65	9,89	9,22	9,92	9,94	11,21
1.2. Основні засоби	95,08	89,94	90,46	89,98	89,96	88,70
2. Оборотні активи	100	100	100	100	100	100
2.1. Запаси	7,19	10,02	10,25	15,81	14,29	18,46
2.2. Дебіторська заборгованість	9,14	5,58	1,06	2,93	0,77	0,80
2.3. Грошові кошти та їх еквіваленти	79,05	77,78	85,84	23,05	6,46	73,35

Дані таблиці 2.5 показують, що найбільш вагомим компонентом у складі оборотних активів протягом всього досліджуваного періоду є «Гроші та їх еквіваленти». Станом на 1.01.2019 цей показник займав 73,35 %. А найбільш вагомою складовою у частці необоротних активів є «Основні засоби». Ця складова займає 88,7 % станом на 1.01.2019 р.

Для оцінки пасивів підприємства треба провести аналіз структури та обсягу пасивів ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України».

Таблиця 2.6– Динаміка пасивів за період 1.01.2014-1.01.2019рр., % [складено автором на основі 42]

	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019
Власний капітал	945840	-2520529	-6314120	-5060771	-6530357	-7096376
Зареєстрований капітал	867717	867717	867717	867717	867717	867717
Капітал у дооцінках	248580	248492	248923	2267817	2267817	2818839
Додатковий капітал	2789	72619	72619	72619	63987	39299
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-173245	-3709357	-7503379	-8268924	-9729878	-10822231
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	11875763	23462595	35760323	41082998	38161398	33957924
Відстрочені податкові зобов'язання	0	11055	26451	557892	495682	484963
Довгострокові кредити банків	11875763	23451540	35733872	40525106	37665716	33957914
Поточні зобов'язання і забезпечення	480090	1171407	1246040	1475320	6060761	5337769
Короткострокові кредити банків	0	0	0	0	5352401	0
Поточна кредиторська заборгованість:	455449	892366	955252	1192293	275431	4674308
Поточні забезпечення	19557	278030	268418	278788	319320	29911
Інші поточні зобов'язання	5084	1011	22370	4239	113609	633550

Таблиця 2.6 показує, що розмір власного капіталу за досліджуваний період скоротився на 8042216 тис. грн. за рахунок нарощення суми непокритого збитку. Максимальне значення власного капіталу було зафіксовано в 2014 році і становило 945840 тис. грн., а мінімальне – у 2019 році (-7096376 тис. грн.).

Довгострокові зобов'язання і забезпечення за досліджуваний період зросли на 22082161 тис. грн. за рахунок поточних зобов'язань і забезпечень. На кінець досліджуваного періоду розмір довгострокових зобов'язань і забезпечень становив 33957924 тис. грн.

Розмір поточних зобов'язань і забезпечень збільшився на 4857679 тис. грн. за рахунок поточної кредиторської заборгованості.

Дослідимо структурну динаміку пасивів.

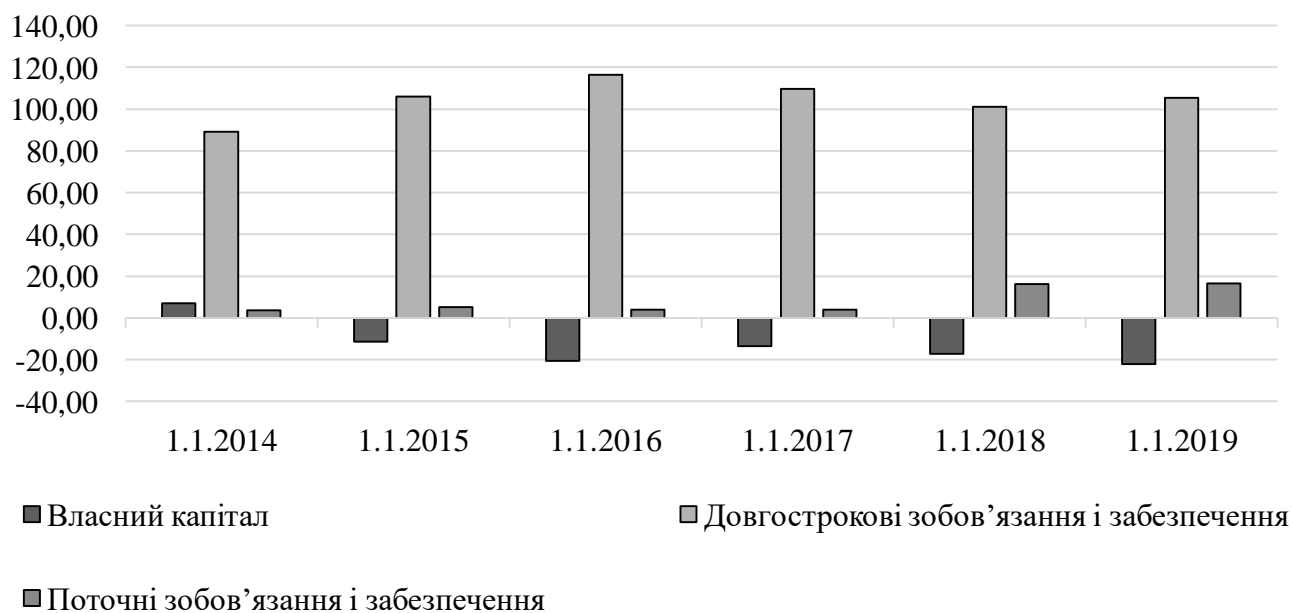


Рисунок 2.7 – Динаміка та структура пасивів за період 1.01.2014-1.01.2019рр., % [складено автором на основі 42]

Як показує Рисунок 2.7 у пасивах протягом всього досліджуваного періоду найбільшу частку займають довгострокові зобов'язання і забезпечення. Станом на 2019 рік це значення становила 105,46 %.

Для того, щоб більше детально проаналізувати структуру та динаміку фінансових результатів підприємства, необхідно розглянути основні фінансово-економічні показники. Дані показники діяльності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» за період 01.01.2014-01.01.2019 роки розраховані на основі даних Балансу та Звіту про фінансові результати. (дані наведені в таблиці 2.7)

Таблиця 2.7 – Основні показники фінансово-господарського стану ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» станом на 01.01.2014-01.01.2019 рр., тис. грн. [складено автором на основі 42]

Показник	Роки					
	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019
Власний капітал	945840	-2520529	-6314120	-5060771	-6530357	-7096376
Статутний капітал	867717	867717	867717	867717	867717	867717
Чистий дохід від реалізації продукції	4637116	7047952	12403754	13098286	10415411	7332634
Собівартість реалізованої продукції	-4456620	-5765039	-10723388	-11125554	-9726595	-6915548
Валовий прибуток	180496	1282913	1680366	1972732	688816	417086
Чистий фінансовий результат	-28745	-3536199	-3794022	-765545	-1397716	-1325099

Чистий дохід від реалізації продукції протягом аналізованого періоду збільшився на 2695518 тис. грн і станом на 01.01.2019 року мав значення 7332634 тис.грн., що є позитивним фактором діяльності підприємства та говорить про те, що з кожним роком підприємство розширює свою діяльність та виготовляє більшу кількість продукції.

Показник собівартості реалізації продукції скоротився на 2458928 тис.грн. Дане скорочення свідчить про спадання ціни на ресурси, які підприємство використовує у процесі виробництва.

Валовий дохід за аналізований період збільшився на 236590 тис.грн., що є дуже позитивною тенденцією розвитку підприємства, оскільки із зростанням валового прибутку у підприємства залишиться більше коштів, після сплати

податків та відсотків за кредитом, для розширення діяльності, утворення страхових і резервних фондів та ін.

Чистий фінансовий результат протягом аналізованого періоду зменшився на 1296354 тис.грн. Скорочення цього показника показує те, що підприємство проводить неуспішну діяльність. Чистий прибуток підприємства – це досить важливий показник, який оцінює виробничу та фінансову діяльність підприємства.

Наступним етапом нашого дослідження буде аналіз показників, які характеризують фінансову діяльність підприємства: аналіз платоспроможності підприємства(фінансова стійкість), аналіз ліквідності, аналіз ділової активності та рентабельності.

Проаналізуємо показники ліквідності підприємства. Дані за розрахунками знаходяться в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Аналіз показників ліквідності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» станом на 01.01.2014-01.01.2019 рр. [складено та розраховано автором на основі 42]

Показники ліквідності підприємства	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019	Зміна 2019/2014
Коефіцієнт покриття	26,14	18,19	24,03	14,65	5,62	5,35	-20,79
Коефіцієнт швидкої ліквідності	24,25	1,82	21,56	12,33	4,81	4,36	-19,88
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	20,66	14,15	20,63	10,38	4,51	3,92	-16,74
Чистий оборотний капітал	-9440323	20136036	1246040	20139475	27986370	23220259	32660582

Коефіцієнт покриття за аналізований період зменшився на 20,79 та на 01.01.2019 р. становить 5,35. Що є досить позитивним для підприємства, оскільки він показує, що для погашення його поточних зобов'язання є достатня кількість.

Оптимальне значення показника становить більше 1. У кожному році оптимальне значення було досягнуто.

Коефіцієнт швидкої ліквідності за досліджений період зменшився на 19,88 та у 2019 році його значення становило 4,36. Оптимальне значення показника становить 0,6-0,8. На підприємстві за аналізовані роки показники не знаходяться в межах норми. Це є негативне явище, оскільки це говорить про те, що підприємство не має платіжних можливостей сплатити поточні зобов'язання, при цьому своєчасно розрахувавши з дебіторами.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності майже кожен рік скорочувався, за винятком 2016, у якому відбувся скачок даного показника. Станом на 01.01.2019 цей коефіцієнт становив 3,92. Це є позитивним фактором для підприємства, оскільки нормативне значення повинно становити більше 0.

Чистий оборотний капітал в загальному за аналізований період збільшився на 32660582 тис. грн. Це є позитивною тенденцією, що говорить про те, що підприємство може сплатити свої поточні зобов'язання та розширити свою діяльність.

Загалом аналіз показників ліквідності показав, що підприємство має достатню кількість активів для погашення своїх зобов'язань.

Проведемо аналіз фінансової стійкості підприємства. Розрахункові дані наведені в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Аналіз показників фінансової стійкості ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» станом на 01.01.2014-01.01.2019 рр. [складено та розраховано автором на основі 42]

Показники фінансової стійкості підприємства	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019	
Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності,	0,07	-0,11	0,98	0,58	-0,17	-0,22	-0,29



концентрації власного капіталу)							
---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Продовження таблиці 2.9

Показники фінансової стійкості підприємства	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019	
Коефіцієнт фінансування	13,06	-9,77	-5,86	-8,41	-0,93	-5,54	-18,60
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,96	0,95	0,96	0,93	0,82	0,81	-0,15
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	12,76	-7,99	-4,55	-3,98	-4,29	-3,27	-16,03

Коефіцієнт автономії є досить важливим показником при аналізі фінансової стійкості підприємства. За аналізований період показник знизився на 0,29 і у 2016 році становив -0,22. Оптимальне значення становить більше 0,5. У нашому дослідженні воно було досягнуто лише в 2016 році (0,95) та 2017 році (0,58). У решти роках значення було від'ємним. Отже, це говорить про те, що підприємство не є достатньо фінансово стійким та стабільним.

Коефіцієнт фінансування за аналізовані роки зменшився на 18,60 і у 2019 році становив -5,54. Оптимальне значення коефіцієнта становить менше 1, і у кожному році воно відповідає встановленому значенню. Це показує те, що підприємство має не досить високу залежність від залучених коштів, а це є позитивним фактором.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами за досліджений період скоротився на 0,15 та у 2019 році становив 0,81. У кожному році коефіцієнт відповідав оптимальному значенню(більше 0,1), що є досить сприятливим фактором, оскільки підприємство має достатню частку оборотних активів, що профінансована завдяки власним коштам.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу зменшився за аналізований період на 16,03 і у 2019 році становив -3,27. Проте оптимальне значення показника(більше 0,1) виконувалося лише у 2014 році (12,76).

Рентабельність (від німецького *rentabel* – доходність, прибутковість) – це рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках. Підприємство вважається рентабельним, якщо доходи від реалізації продукції покривають витрати виробництва і, крім того, забезпечує суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства.

Показники рентабельності відіграють досить важливу роль у характеристиці факторного середовища формування прибутку підприємства та його конкурентоспроможність. Саме тому вони є обов'язковими елементами аналізу фінансового стану підприємства.

До основних показників рентабельності відносять:

- рентабельність сукупних активів
- рентабельність власного капіталу
- валова рентабельність продажів
- чиста рентабельність продажів
- рентабельність продукції
- 

Таблиця 2.10 – Аналіз показників фінансової стійкості ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» станом на 01.01.2014-01.01.2019 рр. [складено та розраховано автором на основі 42]

Показники рентабельності підприємства	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019	
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,22	-15,99	-12,36	-2,04	-3,71	-4,12	-3,90
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	-2,95	140,30	60,09	15,13	21,40	18,67	21,63

Валова рентабельність продажів	3,89	18,20	13,55	15,06	6,61	5,69	1,80
Чиста рентабельність продажів	-0,62	-50,17	-30,59	-5,84	-13,42	-18,07	-17,45

Продовження таблиці 2.10

Показники рентабельності підприємства	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019	
Коефіцієнт рентабельності продукції	-0,64	-61,34	-35,38	-6,88	-14,37	-19,16	-18,52

На основі отриманих значень коефіцієнтів рентабельності можна проаналізувати ефективність діяльності підприємства.

Показники рентабельності активів за аналізований період мали різну тенденцію. За весь досліджуваний період показник скоротився на 3,9 %. Станом на 1.01.2019 рік значення даного коефіцієнта становило -4,12. Нормативне значення коефіцієнта рентабельності активів не виконується в жодному з досліджуваних років. Стосовно 2019 року, то показник показує, що на 1 гривню вкладених активів підприємство отримало 4,12 гривні чистого збитку, що є негативним знаком у його діяльності.

Рентабельність власного капіталу також не мала однакової тенденції до збільшення чи зменшення. Оптимального значення показники досягали у кожному році, крім 2014, у якому значення біло від'ємним. За весь досліджений період показник збільшився на 21,63 і у 2019 році значення становило 18,67, що говорить про те, що на 1 гривню власних джерел фінансування ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» отримало 18,67 гривень чистого прибутку.

Показник валової рентабельності продажів за весь період дослідження збільшився на 1,80. У 2019 році значення було 5,69. Це говорить про те, що у 2019 році з однієї гривні чистого доходу від реалізації було отримано 5,69 гривень валового прибутку. Взагалі ефективність виробничої діяльності на підприємстві покращилась.

Показник чистої рентабельності продажів за досліджуваний період постійно зменшувався і у 2019 році він становив -18,07. Це свідчить про те, що на 1 гривню чистого доходу від реалізації продукції було отримано 18 грн. чистого збитку. Взагалі, це свідчить про негативні зміни у сфері управління діяльності підприємства.

Показник рентабельності продукції протягом дослідженого періоду в цілому спав на 18,52. Це говорить про скорочення ефективності роботи підприємства.

Проаналізувавши фінансовий стан підприємства, можна зробити висновки, що взагалі підприємство має не досить прибуткову діяльність та стійкий фінансовий стан. Фінансово-господарська діяльність підприємства характеризується збільшенням вартості активів на 18918345 тис. грн., збільшення чистого доходу від реалізації продукції на 2695518 тис. грн. та збільшення чистого фінансового результату, а саме збитку на -1296354 тис.грн.

### **2.3 Оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України»**

ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» займається зберіганням, переробкою, перевалкою та експортом зерна. Зерновий ринок в Україні має досить інтенсивний розвиток. Попит на його продукцію стрімко зростає, саме тому посилюються вимоги до якості та безпеки. Все це прямо впливає на збільшення конкуренції на ринку. Підприємство цієї галузі мусить не лише формувати, а й утримувати стійкі позиції на ринку. Для цього треба сформувати високоефективну систему управління економічною діяльністю. Однак, перед тим, як підприємство прийме рішення про вихід на нові ринки збуту, необхідно оцінити всі можливі загрози як зовнішнього, так і внутрішнього характеру, з якими воно зможе зіткнутися у майбутньому. Керівництво ПАТ має виявити сильні і слабкі сторони свого функціонування та потенційні можливості. Оцінити потенційні можливості складно та трудомістко, однак це забезпечить

рівноважність ринкових запитів та розробити програми його розвитку та поведінки на ринку. Для того, щоб оцінити внутрішнє середовище підприємства, його сильні та слабкі сторони, зовнішні можливості і загрози використаємо методику SWOT-аналізу[40].

SWOT-аналіз схожий до процесу складання стратегічного балансу, де сильні сторони – це активи підприємства в конкурентній боротьбі, а слабкі сторони – це пасиви. Річ лише в тому, наскільки сильні сторони (активи) перекривають їх слабкі сторони (пасиви) (їх співвідношення 50:50 визнано небажаним), а також в тому, як використовувати сильні сторони та як відвернути стратегічний баланс в сторону активів. Практика показує, що SWOT-аналіз – інструмент управління кожного топ-менеджера за кордоном[5].

SWOT-аналіз супроводжується групуванням факторів оточуючого середовища на зовнішні і внутрішні (відповідно до підприємства), їх аналіз із позиції визначення позитивного або негативного впливу на діяльність підприємства.

Конкурентоспроможності підприємств АПК залежить від багатьох факторів навколишнього середовища як ближчого, так і дальшого. Основні чинники включають:

- низьку вартість виробництва і розподілу продуктів;
- високий рівень інтеграції виробництва і капіталу;
- високу якість продукції;
- постійний розвиток технологій;
- ефективна система організації та управління[1, 2].

Високий рівень конкурентоспроможності має забезпечити підприємству можливість підтримувати і розширювати свою частку на ринку і сталий розвиток в довгостроковій перспективі. Слід зазначити, що конкурентоспроможність української харчової промисловості не є на високому рівні у порівнянні з іншими країнами ЄС. Ціни на сільськогосподарську сировину і відносно низькі витрати на обробку при цьому відображають позитивний ефект. У результаті це дозволяє

домогтися ціну і вартість переваг. Недосконала законодавча база і недотримання всіх стандартів негативно впливають на конкурентоспроможність [19, 24]

За результатами проведеного стратегічного аналізу конкурентоспроможності підприємства нами на рис. 2.8 здійснено SWOT-аналіз та виявлені певні загрози і слабкі сторони діяльності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України», що зумовлені виробничими особливостями та високим рівнем конкуренції.



Рисунок 2.8 – Матриця SWOT-аналізу функціонування діяльності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» [складено автором]

Як показала проведена нами діагностика конкурентоспроможності досліджуваного підприємства, існує нагальна потреба прийняття профілактичних заходів. Їх суть полягає у регулюванні і збереженні частки ринку, втримання існуючих конкурентних позицій. Це стане можливим для підприємства за умови аналізу та запровадження досвіду конкурентів, який спрямований на зменшення собівартості виробництва, ефективне використання існуючих маркетингових та рекламних можливостей.

У питанні конкурентоспроможності важливу роль відіграє прибуток підприємства. Оскільки він дозволяє стверджувати про ефективність функціонування системи фінансового менеджменту. Проведемо факторний аналіз формування чистого прибутку підприємства та визначимо найбільш впливові на нього фактори.

В основі факторного аналізу лежить використання методичного прийому елімінування, який дозволяє відокремити вплив кожного чинника на зміну результативного показника, що відбулася в звітному періоді.

Для того, щоб виконати факторний аналіз, необхідно спочатку визначити тип факторної моделі( детермінована та стохастична) Однак для того, щоб оцінити фінансовий стан підприємства, зазвичай, використовують детермінований метод. Він передбачає функціональний взаємозв'язок факторів та результативного показника. Стохастичний метод передбачає кореляційний взаємозв'язок факторів та результативного показника[18].

Факторна модель чистого прибутку побудована на підставі того, що даний показник характеризує результат діяльності підприємства за всіма напрямками і може розглядатися як узагальнюючий показник у звітному періоді.

Проведемо факторний аналіз чистого прибутку за такими етапами:

1. Побудуємо детерміновану мультиплікативну модель чистого прибутку

$$\Pi = ДР \times R, \quad (2.1)$$

де  $\Pi$  – чистий прибуток, тис.грн;

$ДР$  – дохід від реалізації продукції, тис.грн;

$R$  – рентабельність фінансово-господарської діяльності.

2. Визначимо абсолютну зміну чистого прибутку у звітному періоду( $\Delta\Pi$ )

$$\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0, \quad (2.2)$$

де  $\Pi_1, \Pi_0$  – чистий прибуток звітного та попереднього періодів відповідно, тис.грн.

3.Послідовно оцінимо кількісний вплив чинників на зміну чистого прибутку звітного періоду за методом абсолютних різниць

$$\Delta\Pi(Д) = \Delta Д \times R_0, \quad (2.3)$$

$$\Delta\Pi(R) = Д_1 \times \Delta R, \quad (2.4)$$

де  $\Delta\Pi(Д), \Delta\Pi(R)$  – абсолютна зміна чистого прибутку внаслідок зміни чинників: розміру доходу від реалізації продукції( $ДР$ ) та рентабельності фінансово-господарської діяльності, тис.грн;

$\Delta Д, \Delta R$  – абсолютна зміна у звітному періоді чинників, які обумовлюють зміну чистого прибутку, тис.грн;

$R_0$  – рівень чистого прибутку по відношенню до доходу від реалізації продукції (рентабельність фінансово-господарської діяльності) у попередньому році.

$Д_1$  – дохід від реалізації продукції, отриманий у звітному році, тис.грн.

4.Оцінимо сукупний вплив чинників на зміну чистого прибутку підприємства



$$\Delta\Pi(D)=\Delta\Pi(D)+\Delta\Pi(R), \quad (2.5)$$

Дані щодо оцінки впливу чинників на зміну чистого прибутку на основі двох факторної моделі наведені в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11 – Факторний аналіз формування чистого прибутку ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» станом на 01.01.2014 – 01.01.2019 рр., тис. грн.

		Чистий збиток (З), тис. грн	Дохід від реалізації продукції (Д), тис. грн.	Чиста рентабельність (Rчиста), у вигляді десятькового дробу
01.01.2014		-28745	4637116	-0,006
01.01.2015		-3536199	7047952	-0,502
01.01.2016		-3794022	12403754	-0,306
01.01.2017		-765545	13098286	-0,058
01.01.2018		-1397716	10415411	-0,134
01.01.2019		-1325099	7332634	-0,181
Абсолютне відхилення, тис. грн..	2015/2014	-3507454	2410836	-0,496
	2016/2015	-257823	5355802	0,196
	2017/2016	3028477	694532	0,247
	2018/2017	-632171	-2682875	-0,076
	2019/2018	72617	-3082777	-0,047
Зміна чистого прибутку внаслідок впливу чинників	2015/2014	-3507454	0,003	-2297855
	2016/2015	-257823	-0,098	1380393
	2017/2016	3028477	-0,076	3069070
	2018/2017	-632171	0,004	-992205
	2019/2018	72617	0,006	-484479

Таблиця 2.11 показує, що чистий прибуток на підприємстві збільшується внаслідок зростання рентабельності фінансово-господарської діяльності у 2019 році на 35 %, яка характеризується показником рівня чистого прибутку по

відношенню до доходу від реалізації. Цей фактор досить інтенсивний і має пріоритетний вплив на фінансовий результат.

Другий впливовий фактор – дохід від реалізації. Він також забезпечує зростання чистого прибутку, але його вплив значно менший, ніж вплив рентабельності діяльності.

Отже, результати факторного аналізу чистого прибутку за двофакторною мультиплікативною моделлю показують, що висновки є позитивними та достовірними.

### 3. Шляхи покращення конкурентоспроможності АПК

#### 3.1 Формування конкурентних стратегій підприємств АПК

Вибір та формування конкурентних стратегій підприємств повинно ґрунтуватись на виборі оптимальної стратегії управління. Рішення щодо обрання певної конкурентної стратегії зумовлено різними факторами, які впливають на підприємство на даному етапі його розвитку. До цих факторів можна віднести швидкість реагування керівництвом на вплив та зміни що залежать від зовнішнього середовища, наскільки міцні позиції підприємство займає на ринку та досвід застосування попередніх стратегічних рішень.

Виходячи з цього постає головна проблема управління, а саме прийняття рішень. Для підприємства ця ситуація характеризується через:

- сукупність можливих дій, які керівник може обрати;
- сукупність станів в яких може перебувати оточуюче середовище і які є невідконтрольними керівництву;
- збір результатів, які є підґрунтям для прийняття рішення у випадку виникнення даного стану середовища;
- суб'єктивна функція корисності принесеного результату, яка характеризує особу, що приймає рішення.

Отже, конкурентна стратегія підприємства – це сукупність пов'язаних між собою заходів, які базуються на внутрішніх конкурентних перевагах продукції та підприємства в цілому, здатності підприємства нейтралізувати вплив факторів зовнішнього середовища з метою отримання максимальної вигоди для себе у вигляді отримання переваг ведення конкурентної боротьби за утримання або досягнення кращих позицій на ринку.

Беручи до уваги динамічність та постійні зміни які відбуваються у зовнішньому середовищі, то не зважаючи на досягнення мети певної конкурентної стратегії вона не повинна завершуватись, а повинна бути змінена у залежності до

змін та нових загроз зовнішнього середовища. Це дозволить зміцнити та не втратити позиції досягнуті на ринку.

Кожне підприємство, що веде конкурентну боротьбу в галузі, користується стратегією конкуренції очевидно або неочевидно. Така стратегія може розроблятися експліцитно через процес планування або ж розгортатися приховано через діяльність різних відділів підприємства [31, с. 11].

Прийняття конкурентної стратегії передбачає проходження низки етапів (рис 3.1) Першим етапом є постановка цілі до якої йде підприємство. Цілі повинні бути досяжними та чітко вираженими, мати кількісні показники вимірювання та часові обмеження на їх досягнення.

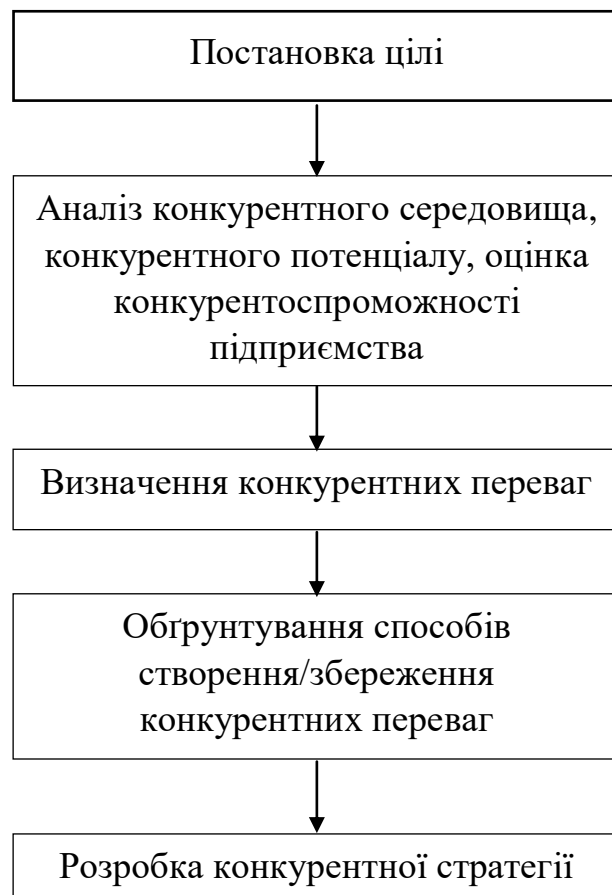


Рисунок 3.1 – Шлях розробки конкурентної стратегії підприємства

Найбільш поширеними є конкурентні стратегії створені М.Портером [31]. А саме: стратегія мінімізації витрат, стратегія диференціації та стратегія

фокусування. На рисунках 3.2-3.4 наведено застосування цих стратегій підприємствами агропромислового комплексу.

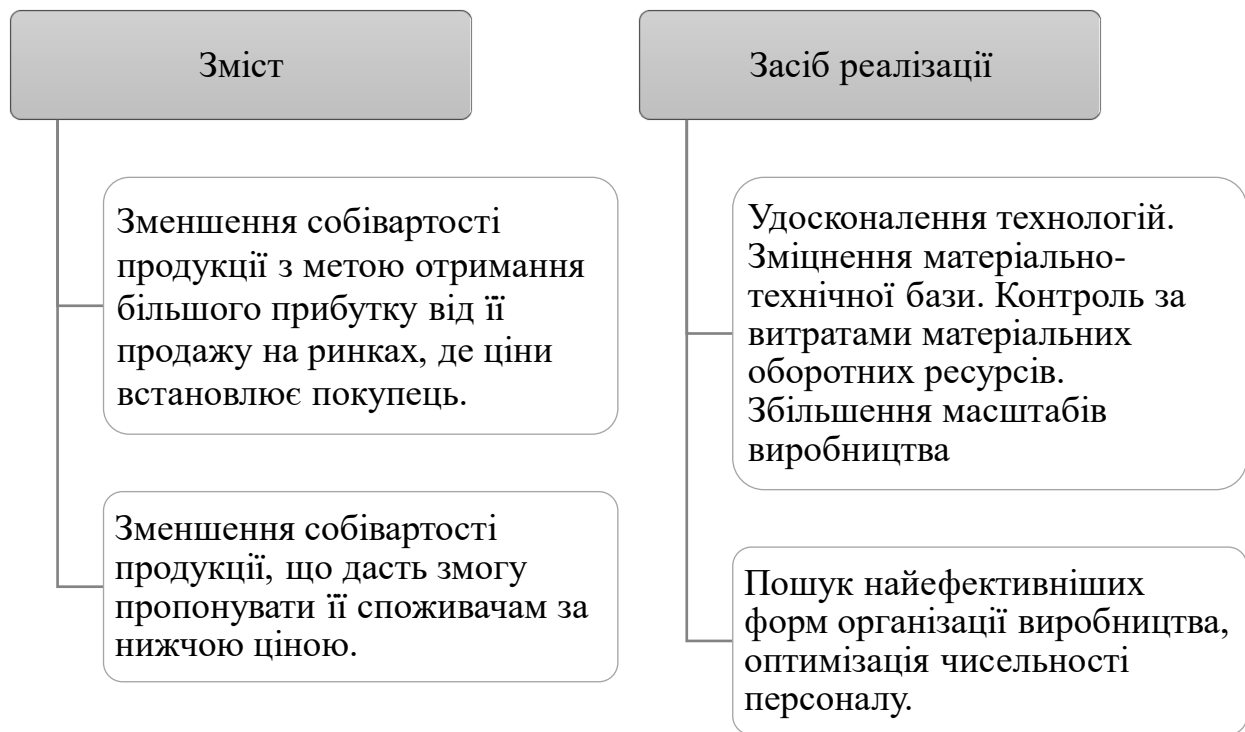


Рисунок 3.2 – Сутність та засіб реалізація стратегії мінімізації витрат.

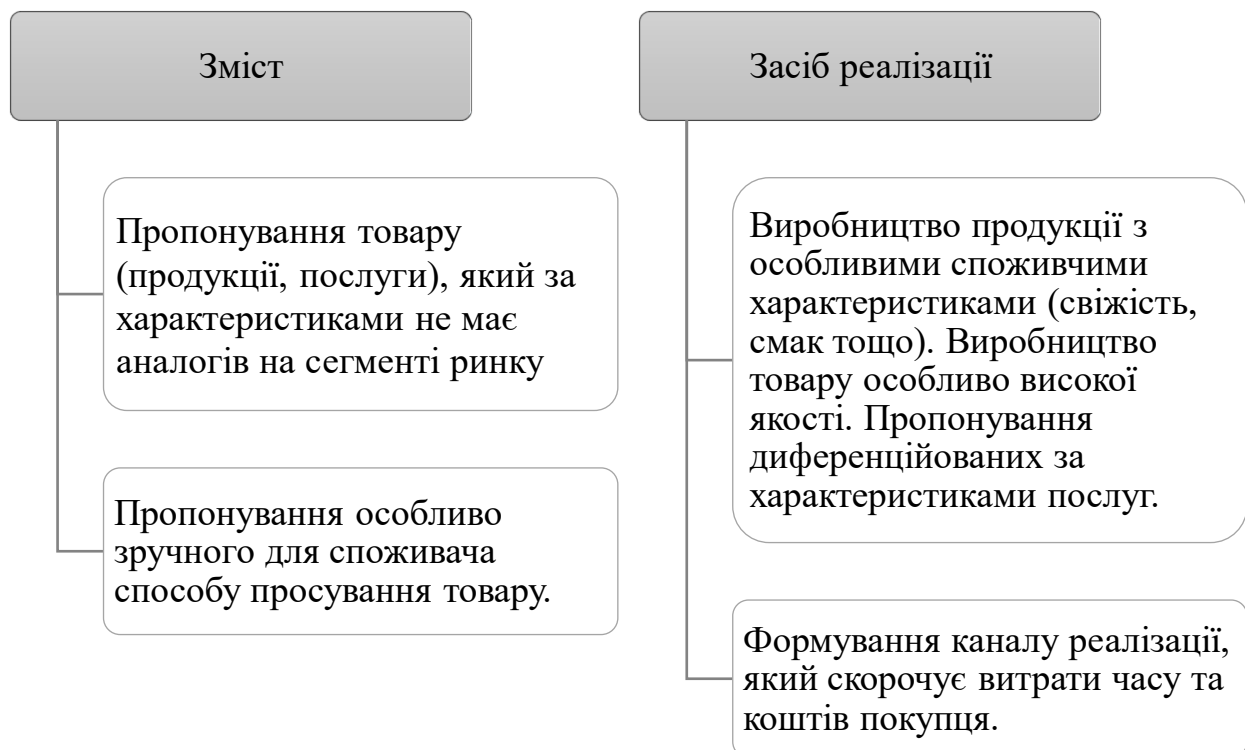


Рисунок 3.3 – Сутність та засіб реалізація стратегії диференціації.

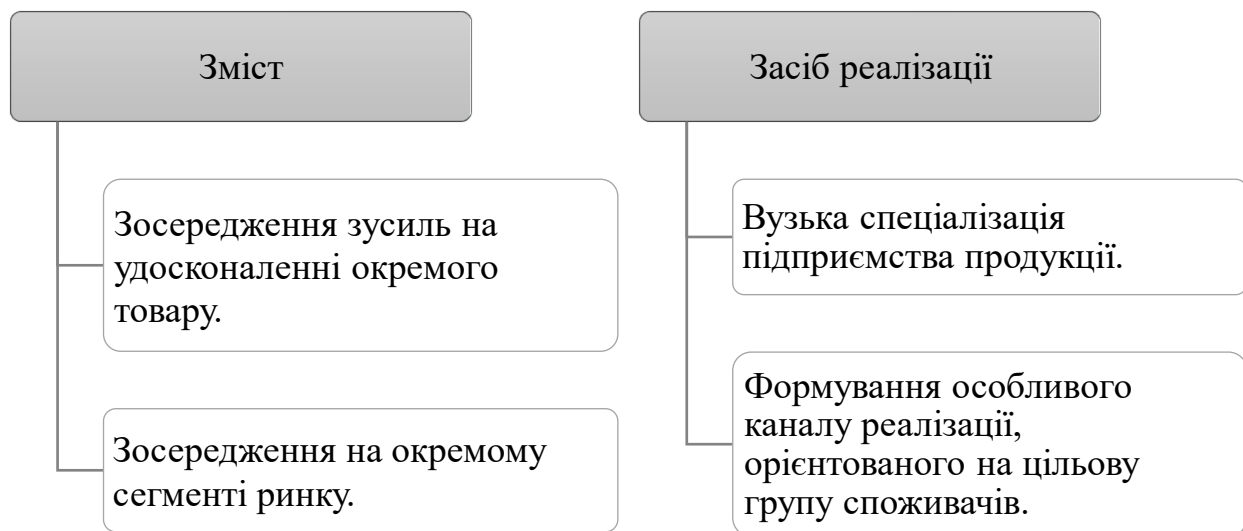


Рисунок 3.4 – Сутність та засіб реалізація стратегії фокусування.

Найбільш перспективною стратегією для використання її підприємствами агропромислового комплексу є стратегія мінімізації витрат. Знизити собівартість продукції можливо шляхом впровадження нових технологій виробництва, адже вони дуже швидко розвиваються і з кожним роком з'являється все більше і більше інноваційних рішень для агропромислових підприємств. Однак для забезпечення кращого ефекту технології потрібно впроваджувати в поєднанні з змінами в організації виробництва. Впровадження цих змін, з одного боку, дозволить збільшити урожайність сільськогосподарських культур та продуктивність тварин, з іншого, оптимізувати структуру витрат на матеріальні ресурси та працю.

Агропромислові підприємства, що мають обмежені ресурсні можливості, в першу чергу матеріальні та земельні, для удосконалення технологій та мінімізації витрат вимушені концентрувати увагу та зусилля на стратегіях диференціації або фокусування.

### 3.2 Механізми підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств АПК забезпечує ефективну його підтримку та розвиток конкурентоспроможності,

адекватність до сучасних вимог та урахування динаміки ринкової кон'юнктури. Він ґрунтується на принципах адаптивності та створює можливості для швидкого прийняття управлінських рішень. Концепція формування конкурентоспроможності (рис. 3.5)

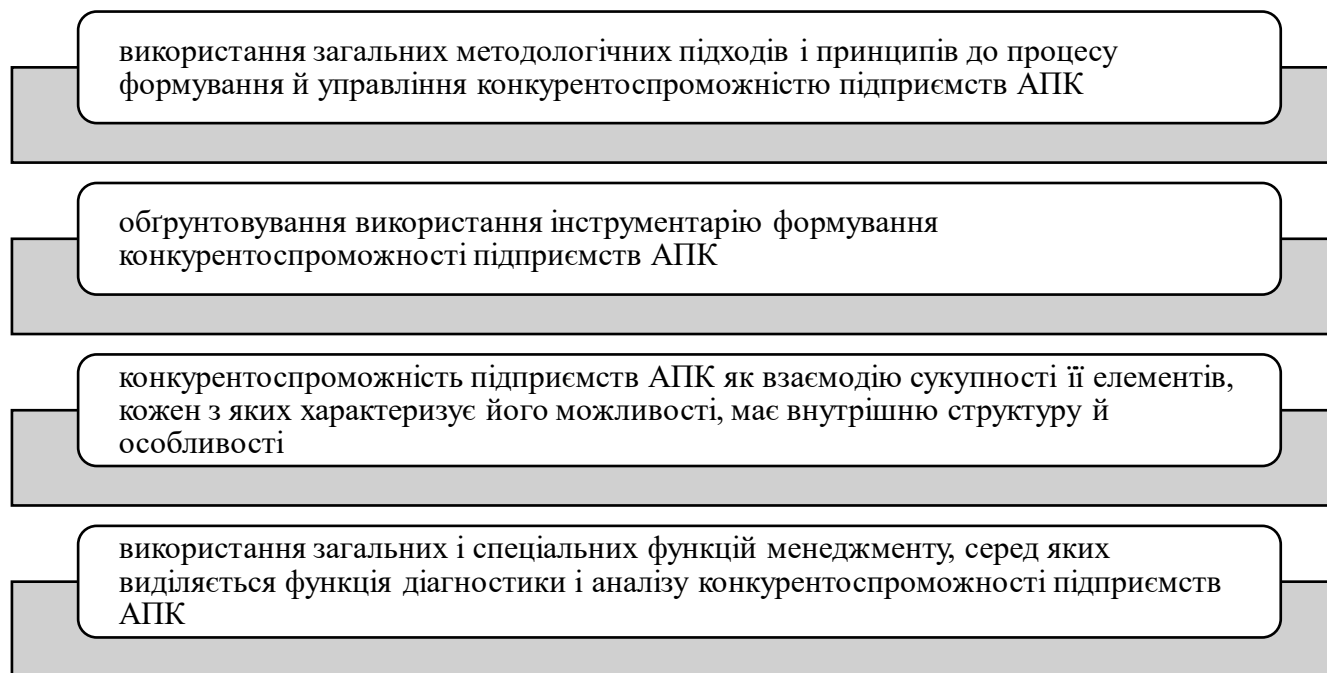


Рисунок 3.5 – Концепція формування конкурентоспроможності підприємств АПК

Один з найголовніших шляхів покращення діяльності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України», тобто й підвищення конкурентоспроможності – це вдосконалення фінансового-кредитного механізму, що компонує в собі кредитний, податковий, інвестиційно-інноваційний та механізм страхового захисту. [14]

Не мало важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності відіграє система державної підтримки. Світовий досвід показує, що у функціонуванні національної економіки країни підвищується роль держави. Вона виступає як гарант для того, щоб забезпечити свободу конкуренції та розвиток ринкових відносин. [7]

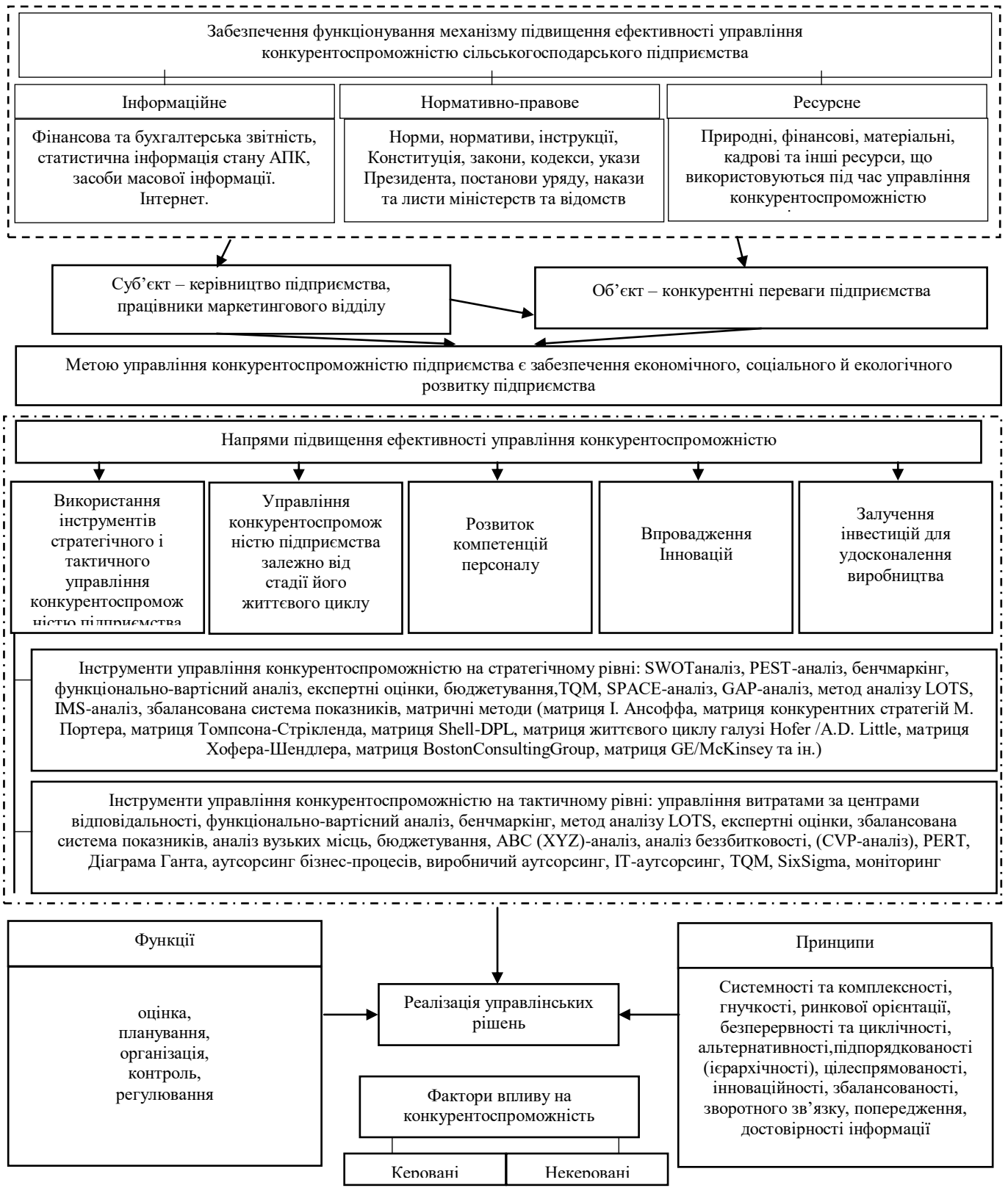




Рисунок 3.6 – Механізм підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» [складено автором на основі 11, 13, 20, 23]

Функціонування вищенаведеного механізму (рис. 3.6) базується на основі нормативно-правового, інформаційного та ресурсного забезпечення. Варто звернути увагу на ефективність використання у ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» природних, матеріальних, фінансових інноваційних та інших ресурсів. Це підтримає існуючі та вплине на здобуття нових конкурентних переваг, що у свою чергу забезпечить економічний, соціальний та екологічний розвиток досліджуваного підприємства.

Отже, можна виокремити наступні шляхи покращення конкурентоспроможності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України»:



Рисунок 3.7 - Шляхи покращення конкурентоспроможності ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України»

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки.

У дипломній роботі розглянуто, узагальнено та систематизовано основні теоретико-методологічні засади формування та покращення конкурентоспроможності підприємства, проведено аналіз економічного функціонування ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» та його конкурентоспроможності.

1. В цілому існуючі підходи вітчизняних і зарубіжних вчених до сутності «конкурентоспроможність підприємства» в сучасних динамічних умовах що склались на ринку – це здатність підприємства до ефективного функціонування на внутрішньому і зовнішньому ринках що своєчасно реагує на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі в даний момент часу відносно основних підприємств-конкурентів, що представлені на ринку.

2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність в загальному випадку можна розподілити на дві групи: зовнішні – це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання; внутрішні – фактори самого підприємства, що впливають на ринок.

3. Стратегію необхідно формувати шляхом комплексного комбінування різних стратегій виходячи з ресурсних можливостей підприємства. Слід відзначити, що сучасні підходи до стратегічного планування мають базуватись на комплексному баченні майбутнього, яке виражене у рішеннях, що приймаються керівниками, та повинні поєднуватися з цілями підприємства.

4. Визначено, що здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства є об'єктивною необхідністю.

5. Проведено аналіз активів та пасивів підприємства та виявлено статті, які більшою мірою спричиняють вплив на прибуток та успішне конкурентне середовище. Також проведено аналіз динаміки власного капіталу та причин його скорочення.

6. На основі даних Балансу та Звіту про фінансові результати розглянуто та розраховано основні фінансово-економічні показники та досліджено причини їх зростання чи спаду.

7. Здійснено аналіз показників, які характеризують фінансову діяльність підприємства: аналіз платоспроможності підприємства(фінансову стійкість), аналіз ліквідності, аналіз ділової активності та рентабельності.

8. Виокремлено чинники, за якими можна здійснити оцінку конкурентоспроможності підприємства. Адже визначальною передумовою формування та реалізації конкурентних переваг АПК є проведення оцінки рівня його конкурентоспроможності та конкурентних переваг. Розглянуто підходи вітчизняних та зарубіжних авторів до оцінки конкурентоспроможності.

9. Проведено SWOT-аналіз ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» та виявлено певні загрози і слабкі сторони діяльності досліджуваного підприємства, що зумовлені виробничими особливостями та високим рівнем конкуренції.

Здійснено факторний аналіз формування чистого прибутку підприємства та визначено найбільш впливові на нього фактори. Для розрахунку було обрано два фактори: дохід від реалізації продукції та чиста рентабельність підприємства. Факторна модель чистого прибутку побудована на підставі того, що даний показник характеризує результат діяльності підприємства за всіма напрямками і може розглядатися як узагальнюючий показник у звітному періоді.

10. За результатами проведеного дослідження нами визначено, що більш вагомим фактором виявилася рентабельність. Однак дохід від реалізації відіграє теж немаловажливу роль у формуванні прибутку( в нашому випадку збитку) підприємства.

Отже, в цілому механізми економічного забезпечення конкурентоспроможності аграрної сфери потребує вдосконалення для досягнення більших цілей. Для цього необхідно об'єднати зусилля аграріїв, державних інституцій та фінансових установ. Необхідно розробляти протекційну політику

агропромислового комплексу країни , та підтримки фермерства як окремого прошарку серед бізнесу.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посібник / Л.В. Балабанова. – Київ. : Знання, 2005. – 301 с.
2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: учеб. курс / за ред. И.А. Бланк. – К: НикаЦентр, 2002. – 448 с.
3. Вініченко І.І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи / І.І. Вініченко, Д.В. Маховський // Агросвіт, 2013. – № 21. – С. 10–13.
4. Воронкова А.Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: монографія / А.Е. Воронкова, Н.Г. Калюжна, В.І. Оленко. – Х.: ВД «ІН- ЖЕК», 2008. – 512 с.
5. Галіцин В.К. Моделі і методи оцінки інвестиційних проектів / В.К. Галіцин, О.П. Суслів, Ю.О. Кубрушко; Київський національний економічний ун-т. – К. : КНЕУ, 2011. – 166 с.
6. Говорушко Т.А. Продовольчий ринок молока України, його розвиток та перспективи / Т.А. Говорушко, В.П. Дуда // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18, Вип. 1/1. – С. 102-106.
7. Державне регулювання економіки / Михасюк І., Мірошник А., Крупка М., Запоруки З. - К.: Атіка, Ельга-Н, 2012. - 529 с.
8. Добрунік Т.П. Фактори забезпечення конкурентоспроможності фермерських господарств регіону в сучасних умовах. URL: <http://dSPACE.oneu.edu.ua/>
9. Должанський І. З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна – Київ: ЦУЛ, 2006. – 384 с.
10. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / Редкол.: С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000 – 864 с.
11. Євчук Л.А. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств: дисертація. Миколаїв, 2010. – 36 с.

12. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.

13. Заярная И.А. Управление повышением конкурентоспособности предприятия / И.А. Заярная // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 172–174.

14. Зінов'єв Ф. В. Формування ефективних механізмів господарювання в агропромисловому комплексі / Зінов'єв Ф. В. // Київ, 2010. - 260 с.

15. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : монография / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько. – Х.: ХГЭУ, 2003. – 349 с.

16. Карлофф Б. Деловая стратегия. – М. : Экономика, 2006. – 296 с.;

17. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

18. Костецкий, Я. Факторний аналіз рентабельності діяльності сільськогосподарських підприємств / Ярослав Костецкий // Економічний аналіз : зб. наук. праць каф. екон. аналізу і статистики Терноп. нац. екон. ун-ту. – Тернопіль, 2012. – Вип. 10, ч. 4. – С. 179-181.

19. Кривда В.І., Кривда О.В., Нараєвський С.В. Можливості удосконалення методики SWOT-аналізу / В.І. Кривда, О.В. Кривда, С.В. Нараєвський // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем ; зб. наук. праць МННЦ ІТіС. – 2007. – № 12. – С. 74–77.

20. Криворотов В.В. Построение мотивационного механизма приращения конкурентоспособности предприятия / В.В. Криворотов, А.В. Калина, А.В. Пахтусов // Вестник ОГУ. – 2011. – № 13 (132). – С. 250–256

21. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. - №4. – с.155-163.

22. Львовчкін С.В. Фінансовий механізм макроекономічного регулювання / С.В. Львовчкін // Фінанси України. – 2000. – С. 23-28.

23. Мельник С.І. Проблеми формування конкурентних переваг підприємств агропромислового комплексу в ринкових умовах: дисертація / С.І. Мельник. – Луганськ, 2011. – 32 с

24. Мех О.А. Можливості удосконалення методики SWOTаналізу / О.А. Мех // Наука та наукознавство. – 2012. – № 1. – С. 21–26.

25. Мілевський С.В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Наукове видання/С.В.Мілевський, О.В.Мілов.- Харків:Вид.ХНЕУ, 2007.-156 с.

26. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2007. № 5.Т. 2. С. 212–215

27. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко. –Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.

28. Офіційний сайт ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України». URL: <https://www.pzcu.gov.ua/ua>

29. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.

30. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції. – К.: Основи, 1997. – 390 с

31. Портер Майкл Е. Конкуренція. М.:Издательский дом «Вильямс», 2005. — 608 с.

32. Реутов В. Управление конкурентоспособностью: монография / В. Реутов, Н. Вельгош. – Симферополь: Таврия, 2005. – 200 с.

33. Россіхіна О.Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства / О.Є Россіхіна. // Держава та регіони. – 2010. № 2. – с. 184-187



34. Сідун В. А. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономальова – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 436 с.

35. Сысоева Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия : подходы и составляющие / Е. А. Сысоева // Экономические науки. Экономикаи управление. – 2010. – № 12 – С. 283-287.

36. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: монографія / Н.П. Тарнавська. - Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с

37. Царенко О. В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2009\\_23/1/tsarenko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_23/1/tsarenko.pdf)

38. Швед Т. В., Біла І. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. 2017. №8. С. 406–410.

39. Ярмак М.Р. Механізм підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_17/4/20.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/4/20.pdf)

40. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. Одеса, 2013. Вип. 4. С. 183–188.

41. Яцура, В. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Яцура, М. В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011.–№2URL:[http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vviem/2011\\_2/18.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf).

42. Офіційний сайт SMIDA. URL: Режим доступу: <https://smida.gov.ua>