

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: «Управління конкурентоспроможністю продукції
підприємства»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма 6.051.00.06 «Економіка і бізнес»

Завідувач кафедри: _____ /Л.Г. Мельник/

Керівник роботи: _____ /Ю.М. Дерев'янку/

Виконавець: _____ /Л.М. Янко/
П.І.Б.

Група: _____ Едн-61 Чк
шифр

Суми 2020

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота містить: 78 сторінок, 1 рисунок, 19 таблиць, 111 джерел. Мета роботи:

- зробити аналіз конкурентоспроможності основної продукції з оцінкою ринку збуту і конкурентів;
- зробити дослідження і визначити рівень конкурентоспроможності підприємства в контексті з навколишнім середовищем;
- намітити шляхи поліпшення конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є конкурентоспроможність підприємства, як цілісного господарюючого елемента, впливовість економічних факторів як на мікро- так і на макро- рівнях на конкурентоспроможність підприємства, продукції та персоналу. Об'єктом цього дослідження є ТОВ «Піщане», який як і інші підприємства країни в сучасних умовах, повинні вміти виробляти конкурентоспроможну продукцію і бути готовими до ефективної роботи в режимі ринкових відносин. Методи дослідження - абстрактно-логічний, порівняльний, економічної статистики, фінансового аналізу, прийоми угруповання, порівняння..

В першому розділі «Суть та необхідність стратегії управління підприємством», досліджено суть та необхідність стратегії управління підприємством.

У другому розділі «Оцінка фактичного стану якості продукції на підприємстві» проведена оцінка фактичного стану якості продукції на підприємстві .

У третьому розділі «Обґрунтування резервів підвищення конкурентоспроможності продукції» обґрунтовані резерви підвищення конкурентоспроможності продукції.

Зроблені висновки щодо стратегії управління конкурентоспроможності продукції по СТОВ «Піщане»

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість продукції стратегія управління, конкуренція.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Розділ 1. Суть та необхідність стратегії управління конкурентоздатністю підприємства	6
1.1. Поняття стратегії управління, необхідність та значення її підвищення	6
1.2. Роль стратегії управління в розвитку підприємства	9
1.3. Основні чинники конкурентоспроможності продукції	14
Розділ 2. Оцінка конкурентоспроможності СТОВ «Піщане»	22
2.1. Природно-економічна характеристика підприємства	22
2.2. Аналіз конкурентоспроможності СТОВ «Піщане»	32
2.3. Показники якості продукції СТОВ «Піщане»	38
Розділ 3. Управління конкурентоспроможністю продукції СТОВ «Піщане»	46
3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції	46
3.2. Шляхи досягнення конкурентних переваг продукції переробки підприємства	51
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	68
ДОДАТКИ	77

Вступ

Конкуренція - одна з головних рис ринкового середовища. Саме вона створює умови для розробки і створення нових товарів і послуг. В умовах процесу глобалізації та інтернаціоналізації проблеми забезпечення конкурентоспроможності виходять на перший план, оскільки лише конкурентоспроможність гарантує виживання товаровиробника і на внутрішньому, і на зовнішньому ринку. Між собою конкурують товари, товаровиробники, галузі, країни. Між цими рівнями конкуренції існує тісна залежність, тому проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням, яке і підлягає дослідженню в кваліфікаційній магістерській роботі.

Об'єктом дослідження обрано організаційно-економічні відносини СТОВ «Піщане» Сумського району Сумської області.

Предметом дослідження є конкурентоспроможність підприємства, як цілісного господарського елемента, впливовість економічних факторів як на мікро- так і на макрорівнях на конкурентоспроможність підприємства, продукції та персоналу.

Метою роботи окреслено:

1. Зробити дослідження рівня економічного розвитку підприємства та визначити рівень його конкурентоспроможності в контексті з внутрішнім і зовнішнім середовищем.

2. Накреслити шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, його фінансової стабільності.

Відповідно до сформульованої мети вирішувались такі завдання:

1. Вивчення теоретичних концепцій конкурентоспроможності продукції.

2. Аналіз природно-економічних умов діяльності підприємства.

3. Визначення рівня конкурентоздатності продукції і всього досліджуваного підприємства.

4. Дослідження критеріїв якості сільськогосподарської продукції.
5. Визначення найбільш конкурентоздатних видів продукції, і поширення шляхів стимулювання їх виникнення.
6. Розробка бізнес-плану покращення маркетингу якості продукції переробки.

Періодом дослідження визначено 2014-2018 роки діяльності ТОВ «Піщане».

Джерелами інформації послужили дані Держкомстату України, навчально-методична література і нормативно-правові акти щодо теми дослідження, праці науковців вітчизняних і зарубіжних видань; оперативна, статистична, фінансова бухгалтерська звітність підприємства, власні спостереження автора.

В залежності від мети і задач вирішення окремих питань застосовувались такі методи дослідження: статистичний, економічного аналізу, розрахунково-конструктивний, економічно-математичний, метод аналогії, експертних оцінок, індексний аналіз тощо.

Розділ 1. Суть та необхідність стратегії управління конкурентоздатністю підприємства

1.1. Поняття стратегії управління, необхідність та значення її підвищення

Сучасні світові тенденції розвитку соціально-економічних систем будь-якого рівня пов'язані, перш за все, з такими векторами як: орієнтація на принципи сталого розвитку[56,61,63,71,73,75,79,81,93,95,97,101,103,108,110], цифровізація економіки[74,80,82,92,98,109,111], розвиток альтернативних джерел енергії, інтернаціоналізація економічних відносин, еколого-економічна безпека, стрімке впровадження інноваційних технологій[62,64,65,66,68,76,78,83,89,99,102,105]. Саме ці вектори будуть визначати розвиток діяльності підприємницьких структур і у майбутньому в напрямку посилення конкурентоздатності[49,68,69,72,74,76,78,79].

Стратегічне управління базується на вивченні відносин, які можна охарактеризувати за допомогою системи «середовище - організація». Більшість серед існуючих сьогодні концепцій управління розглядає організацію як відкриту систему, котра постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища: іншими організаціями, банками, організаціями, що належать до соціально-політичних та економічних інституцій держави, місцевих органів тощо і дає змогу організаціям підтримувати більш-менш стійке становище, виживати в умовах, що постійно змінюються.

Концепції існування та розвитку організацій у зовнішньому середовищі використовують різні підходи та моделі, сформовані на базі різних теорій управління. Ще на початку ХХ сторіччя у перших працях з менеджменту зазначалось, що планування є інструментом, який допомагає у прийнятті управлінських рішень. Його мета - забезпечення нововведень та змін в достатньому обсязі, щоб адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі.

Планування - необхідна передумова успішної реалізації будь-якого ділового починання організації. Як загальна функція управління, планування є процесом підготовки на перспективу рішень про те, що, ким, як, коли повинно бути зроблено[57,59,67,70,72,77,85,87,89,91,96,100,104,107].

Сучасне розуміння розвитку економіки, передбачення майбутнього організації можна охарактеризувати чотирма основними етапами. Залежно від розвитку ринку комерційній діяльності фірм відповідає певна теорія управління організацією.

Товарна орієнтація ринку характеризується прагненням до покращення якості товарів без серйозного врахування потреб, смаків, бажань покупців. Теорією управління фірмою за таких умов є бюджетний контроль, що базується на внесенні поправок в обсяг і структуру доходів - витрат виробництва та збуту залежно від поточної ситуації на ринку. В основі концепції бюджетного контролю лежить уявлення про загальну незмінність основних умов і закономірностей на ринку. Коректування діяльності здійснюється лише час від часу, якщо назріла необхідність.

Збутова орієнтація характеризується забезпеченням максимізації збуту за допомогою реклами та інших методів впливу на покупця з метою примусити його здійснити покупку. При такій орієнтації використовується довгострокове планування, що ґрунтується на уявленні про можливість прогнозувати забезпечення довгострокового приросту основних показників діяльності фірми. Процес планування передбачав визначення довгострокових змін обсягу продаж, рівня витрат, продуктивності праці та інших показників згідно з набутим досвідом та існуючими тенденціями, що зберігатимуться досить тривалий час. Довгострокове планування пристосовує виробничу діяльність до змін на ринку, які мають відбитись на комерційній активності фірми на найближчі 2-10 років.

Ринкова орієнтація діяльності фірм передбачає відбір товарів найвищої якості, що користуються найбільшим попитом і забезпечують максимум

продаж саме цих товарів. У таких випадках використовується стратегічне планування.

Стратегічне планування вносить суттєві корективи в методи управління, відкидаючи можливість керування діяльністю фірми виходячи з екстраполяції минулих тенденцій. Виникає необхідність вносити стратегічні корективи в поставлені завдання згідно зі змінами на ринку і аж до можливості прогнозування виходу на ринок інших товарів. Ця управлінська концепція робить акцент на умови ринку, особливо на умови конкуренції та збуту, як на критерій управління. Ця концепція вже наближається до маркетингу, але в ній ринкові умови враховуються лише як фактори випадкових відхилень від виробленої стратегії, а стратегічний план прилаштовується до таких змін, але не передбачає заходів, що спроможні активно впливати на ситуацію ринку[19, 58,60,84,86,88,94,106].

Періодичне коригування запланованої стратегії не може вирішити завдання відповідно до умов ринку виробничо-збутової діяльності фірми. Провідні сучасні фірми використовують систему стратегічного управління, яка лежить в основі концепції маркетингу. Маркетинг розуміють як цілісну систему організації та управління діяльністю підприємством, яка забезпечує максимальний збут її продукції, досягнення значної активності виробничої діяльності та розширення ролі ринку. Суть маркетингу можна сформулювати так: «Виробляти те, що безумовно знаходить збут, а не намагатися нав'язати покупцю те, що вироблено». Основна мета маркетингу конкретної організації (фірми) - забезпечення максимальної рентабельності її функціонування, що може бути досягнуто лише в разі відповідності продукції фірми ринковим вимогам.

Залежно від умов комерційної діяльності кожна фірма використовує відповідну теорію управління. Найпрогресивнішою є теорія стратегічного управління. Світова практика бізнесу показує, що більшість організацій, які досягли значних результатів в бізнесі, завдячує саме впровадженню системи стратегічного управління.

Будь-яка модель управління організацією базується на відповідній концепції. Концепція управління - це система ідей, принципів, уявлень, що зумовлюють мету функціонування організації, механізми взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер взаємовідносин між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідний ступінь урахування впливу зовнішнього середовища на розвиток організації.

Згідно з концепцією стратегічного управління аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища - необхідний елемент визначення місії та цілей організації. Стратегії в цьому випадку виступають як інструменти досягнення цілей, а для успішної реалізації обраного стратегічного набору необхідно, щоб організація функціонувала відповідно до вибраної концепції управління.

Стратегічне управління - це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій («стратегічного набору»). Концепція стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у характерних рисах її застосування .

Характерні риси системи стратегічного управління певної організації залежать від взаємодії таких чинників:

- галузевої приналежності;
- розмірів організації (залежно від галузевих особливостей);
- типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації;
- характерних рис виробничого потенціалу;
- наявності (відсутності) науково-технічного потенціалу;
- рівня управління;
- рівня кваліфікації персоналу тощо.

1.2. Роль стратегії управління в розвитку підприємства

Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення існування підприємства не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного управління. Її поява завдячує вирішенню цілій низці принципово нових проблем, що виступають на перший план перед керівниками всіх рівнів, підприємцями та просто діловими людьми. Сьогодні це -

- 1) проблеми виживання в умовах конкурентної боротьби;
- 2) формування нової управлінської культури та інше.

Отже, стратегічне управління - це концепція виживання в певних умовах. Воно дає більш чи менш конкретне уявлення про те, якою повинна бути організація в майбутньому: в якому оточенні їй необхідно буде працювати, яку позицію займати на ринку, які мати конкурентні переваги, які зміни слід здійснити в організації.

Таким чином, управлінська робота з визначення й впровадження в життя стратегії скоріше є правилом, ніж виключенням. Стратегічне управління - основа управління, і діяльність зі створення й здійснення стратегії фактично рано чи пізно зачіпає будь-яку управління управлінську роботу на кожному підприємстві.

Виходячи з цього, можна сформулювати загальні принципи, на основі яких має будуватись стратегічна діяльність підприємств [5, 25 с.].

1. Кожне підприємство являє собою відкриту соціально-економічну систему, що змінюється, розвивається та переструктурується в динамічному, часто ворожому середовищі.
2. Новостворені підприємства мають високий рівень гнучкості та реактивності, що дає змогу деяким з них забезпечити виживання. Далі вони стають більш стабільними: це означає, що для змін та розвитку треба розробляти спеціальні заходи, які набирають вигляду більш чи менш обґрунтованих стратегій, що враховують як зовнішні (ринкові), так і внутрішні (виробничі) фактори.

3. Послідовний розвиток підприємства чи організації пов'язаний з формулюванням ясних, простих і досяжних цілей, які знаходять втілення у системі техніко-економічних, кількісних та якісних показників, а також у системі стратегії їхнього досягнення, що інтерпретується в «стратегічному наборі».

4. Механізм функціонування підприємства має містити стратегічні підсистеми, спрямовану на складання, аналіз і перегляд балансу зовнішніх та внутрішніх факторів, формування цілей і стратегій розвитку, які передбачають розробку та корегування заходів щодо формування середовища та пристосування до нього підприємства. Досвід показує, що більшість підприємств, які орієнтовані лише на внутрішні проблеми, зазнають краху.

5. Забезпечення динамічності змін через прискорення практичних дій щодо реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу.

6. Створення виробничого потенціалу та системи зовнішніх зв'язків, що є сприятливими до змін і дають змогу досягти майбутніх цілей.

Виходячи з принципів можна стверджувати, що доцільність формулювання стратегії, на підприємстві, полягає в наступному:

- стратегія відображає систему цінностей, погляди вищого керівництва організації, його бачення майбутнього, яке допомагає зорієнтувати персонал в потрібному напрямі;

- сформована стратегія є інструментом координації, який забезпечує узгодження цілей, а у випадку виникнення конфліктів чи протиріч сприяє досягненню компромісів, допомагає здійснювати діагностику діяльності організації, визначаючи причини відхилень між цілями та результатами.

- наявність сформованої стратегії підвищує готовність організації реагувати на непередбачені зміни, демонструє зв'язок між функціями посадових осіб, сприяє ґрунтовному управлінню[2, 35с.].

Розроблена стратегія розвитку загального управління стосується таких напрямів:

- розвиток і перебудова загальної структури управління підприємства, окремими виробництвами, цехами та іншими ланками;
- удосконалення системи роботи з керівними кадрами;

Вихідними даними для розробки стратегії загального управління були:

- загальні цілі, стратегії та критерії розвитку підприємства, конкретизовані для кожної з підсистем управління;
- аналітичні матеріали для дослідження системи управління організаційного діагнозу, техніко-економічні розрахунки щодо різних напрямів і можливостей розвитку організаційної системи;
- законодавчі документи, норми та нормативи для побудови системи управління підприємств різного типу[4, 480с.].

Стратегічне управління дозволяє досягти таких основних результатів:

1. Створити системний потенціал для досягнення цілей організації. Цей потенціал складається:

- з фінансових, сировинних і людських ресурсів, що входять в організацію;
- виробленої продукції(послуг), що затребуються ринком;
- сформованого позитивного іміджу організації.

2. Структури організації та її внутрішніх змін, що забезпечують чутливість до змін зовнішнього середовища і відповідну адаптацію[3, 40 с.].

Дослідженням стратегічного управління підприємства займалися зокрема такі вчені як[1, 44 с.].

А. Томпсон і Д. Стрікленд, які розглядали п'ять взаємозалежних завдань, що становлять основу створення і реалізації стратегії фірми:

- визначення сфери діяльності і формування стратегічних установок;
- постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення;
- формулювання стратегії для досягнення накреслених цілей і результатів діяльності виробництва;

- реалізація стратегічного плану;
- оцінка результатів діяльності і зміна стратегічного плану.

М. Мескон та ін. вважають, що процес стратегічного управління має складатися з дев'яти етапів:

- вибору місії фірми;
- формулювання цілей фірми;
- управлінського обстеження внутрішніх сильних і слабких сторін;
- вибору стратегії;
- реалізації стратегії;
- управління і планування, реалізації і контролю реалізації стратегічного плану;
- оцінки стратегії.

Що ж стосується вітчизняних авторів, то зокрема З. Шершньова і С. Оборська зробили значний внесок у побудову обґрунтованої послідовності дій при формуванні системи стратегічного менеджменту. Запропонована ними концептуальна схема стратегічного управління підприємством відрізняється від раніше запропонованих моделей розширеним, коректним і чітким описом складових кожного етапу. Серед останніх виділяють такі:

- 1) концепція;
- 2) діагноз(сильних і слабких сторін підприємства);
- 3) формування цілей підприємства;
- 4) вибір стратегії;
- 5) розробка системи планів, проектів і програм розвитку підприємства;
- 6) стратегічний контроль.

Зіставляючи підходи зазначених та інших дослідників до визначення змістовної сторони стратегічного управління, можна констатувати, що складність і динамічна природа підприємств ускладнюють розробку однієї специфічної моделі процесу стратегічного управління.

Досліджуючи стратегічне управління розвитком підприємства, ми дійшли до висновку, що воно спрямоване на створення конкурентних переваг

фірми і утвердження ефективної стратегічної позиції, що забезпечить майбутню життєздатність підприємства в мінливих умовах. Вибір стратегії в стратегічному управлінні пов'язаний зі станом ключових факторів, до яких відносяться сильні сторони галузі і підприємства, мета, місія, інтереси вищого керівництва, кваліфікація працівників. Динамічний процес стратегічного управління підприємства є тою парасолькою, під якою підприємство може впевнено рухатись до поставленої мети, незважаючи на несприятливі впливи навколишнього середовища.

1.3. Основні чинники конкурентоспроможності продукції

Ключові фактори успіху (або конкурентні переваги) - це характерний для певної галузі перелік чинників, що приносять їй переваги перед іншими галузями (наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу), а також одним підприємствам галузі над іншими. Ці фактори не є постійними, вони змінюються залежно від: осо-бливостей галузей; сегментів ринку, що обслуговуються, а також часу та ета-пу «життєвого циклу» галузі та підприємства[50,51,52,54,56,59,60,66].

Ключові фактори успіху базуються на: науково-технічному рівні виробництва та продукту; рівні маркетингу; рівні менеджменту; організаційно-технічному рівні виробничих процесів; фінансово-економічному рівні підприємства; рівні персоналу тощо.

Для кожної галузі є свої специфічні вимоги до комбінації наведених ключових факторів успіху, але для процвітаючого підприємства будь-якої галузі кожний із них може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі.

Ключові фактори успіху формують конкурентоспроможність об'єкта досліджень: товару, виробництва, підприємства, галузі, держави тощо.

В стратегічному управлінні найчастіше конкурентоспроможність розглядається в двох аспектах:

1) конкурентоспроможність товару (продукції) тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

2) конкурентоспроможність підприємства - це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо - стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковність, продуктивність тощо.

Конкурентоспроможність продукції. Виразом конкурентоспроможності підприємства є продукція, яку воно виготовляє. Більшість моделей, що використовуються для аналізу «портфелю підприємства», базується на визначенні конкурентоспроможності продукції. Кожний з етапів життєвого циклу товару має специфічні характеристики конкурентоспроможності. Так, на перших етапах - зародження та вихід на ринок - ними можуть бути швидкість проектних робіт і час виходу на ринок. Далі на перший план виходять показники рентабельності, продуктивності тощо.

Кожний продукт або послуга цінні настільки, наскільки вони можуть задовольняти потреби споживача, тому в усіх показниках, що характеризують той чи інший продукт або послугу, будуть використовуватися об'єктивні та суб'єктивні, кількісні та якісні параметри й показники, які більшою чи меншою мірою відбивають рівень задоволення потреб. Чим вищий цей рівень, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство.

Потрібно розрізняти параметри та показники конкурентоспроможності.

Параметри конкурентоспроможності - це найчастіше кількісні характеристики властивостей товару, які враховують галузеві особливості

оцінки його конкурентоспроможності. Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, економічні, нормативні (різних типів).

Технічні параметри є характеристикою технічних і фізичних властивостей товару, що визначають особливості галузі та способи його використання, а також функції, які виконує товар у процесі його використання.

Економічні параметри визначають рівень витрат на виробництво та ціни споживання через витрати на купівлю, обслуговування, споживання, утилізацію товару.

Нормативні параметри визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам і вимогам, що обумовлені законодавством та іншими нормативними документами.

Показники конкурентоспроможності - це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності товару, які базуються на параметрах конкурентоспроможності.

Перелік показників конкурентоспроможності залежить від об'єкта досліджень, а також від обраної методики визначення конкурентоспроможності.

Для порівняння автоматичних контролерів фірма «Х'юлетт-Паккард» використовує, наприклад, такі показники:

робочу характеристику - можливості (інтервали) вимірювання коливань, МГц;

собівартість одиниці, дол.;

функціональність - кількість операцій, які можна виконати, т/м;

надійність роботи - частота відказів;

своєчасність ремонтування/постачання.

Порівняння можна проводити в табличній формі, показники обирають за-лежно від типу продукту. Щоб прийняти рішення про те, конкурувати чи ні по тій чи іншій продукції, треба розглянути підхід, запропонований К. Омаї в роботі «Стратегічне мислення».

Основна ідея цієї моделі полягає в орієнтації підприємств на створення і розвиток ключових факторів успіху, відсутніх у конкурентів. Підприємство, виходячи з поглядів автора, може й повинно створювати та підтримувати попит на продукцію з унікальними властивостями. Ці властивості можуть формуватись як на стадії виробництва, так і на стадії розподілу та обслуговування. Це все підвищує якість споживання. Аргументи щодо уникнення конкуренції щодо продуктів, які відзначаються тим, що використовують слабкості конкурентів і примхи споживачів, полягають у ненадійності та короткостроковості існування конкурентних переваг такого типу, оскільки зрозуміло, що конкуренти постійно працюють над тим, щоб уникнути слабкостей, а споживачі можуть раптом змінити свої прихильності. Особливу увагу треба приділяти конкурентному паритету, який являє собою ситуацію, коли два або більша кількість конкурентів досягли в своєму розвитку одних і тих самих конкурентних переваг, використовуючи однакові «сильні сторони».

Конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможні продукти - це результат функціонування конкурентоспроможної організації, здатної їх створити, виготовити та забезпечити необхідний рівень споживання у замовників. Основне тут - наявний потенціал, уміння його ефективно використовувати та розвивати.

Конкурентоспроможність організації не є її постійною характеристикою, вона визначає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам. Зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються також порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі. Виходячи з цього можна стверджувати, що конкурентоспроможність організації - це поняття відносне, оскільки його можна визначити лише на основі зіставлення окремих характеристик підприємства з характеристиками інших, аналогічних фірм.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від об'єкта порівняння, а також від факторів, які застосовуються для оцінки конкурентоспроможності. Не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути «номером один» у своїй галузі в національній економіці й бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках.

В умовах ринкової економіки зібрати всю необхідну й повну інформацію про конкурента неможливо, проте доцільно ретельно аналізувати поточний стан конкурента, його конкурентну позицію в галузі, потенціал конкурента та стратегію його використання, а також цілі конкурента на коротко- та довгостроковий період.

Найчастіше використовується функціональний підхід до оцінки потенціалу конкурента та стратегій його використання. При цьому об'єктами аналізу є: стратегії «портфеля продукції» з його різноманітними техніко-економічними характеристиками; маркетинг, виробництво, системи розподілу, дослідження та розробки (підсистема НДДКР), фінанси, кадри, система управління. Тобто аналіз конкурентів здійснюється такими самими методами, що й аналіз внутрішнього середовища підприємства.

М. Портер пропонував оцінювати конкурентів за такими параметрами: фінансові цілі; відношення до ризику; цінності організації; системи контролю та стимулювання; організаційна структура; система бухгалтерського обліку; типи вищих керівників та стиль їхнього управління; уявлення про шляхи розвитку фірми; склад ради директорів; обмеження з боку держави та зобов'язання фірми, що зменшують свободу вибору рішень і поведінки.

А. Роу з співавторами пропонують такі чинники для аналізу конкурентів [48]: стратегічна орієнтація/політика; якість продукту; організація збуту та реалізації; маркетингові можливості; виробничий потенціал; фінансова ситуація; рівень наукових досліджень і розробок; забезпеченість енергією та сировиною; географічна локалізація системи виробництва та збуту; витрати; якість підготовки керівників і персоналу;

марка/імідж фірми. Наведені показники показують, що різні автори роблять акценти на джерела переваг конкурентоспроможності (М.Портер) або на більш чіткі показники, що розраховуються для порівняння конкурентів (А.Роу).

Аналіз конкурента має дати відповідь про напрямки діяльності та способи ведення конкурентної боротьби, однак це пов'язано з певними труднощами, оскільки галузь може характеризуватись діяльністю десятків або сотень підприємств.

Практика стратегічного аналізу довела необхідність використання групування підприємств для підвищення якості здобутих аналітичних даних.

Стратегічні групи конкурентів. Підприємства - дуже різноманітні: навіть в одній і тій самій галузі (наприклад, виробництво фотоапаратів) є підприємства, що виготовляють продукцію ціною 50 і 500 грн. Різні модифікації, рівень якості, групи споживачів і т.ін. - це важливі характеристики, які дають змогу уточнити коло конкурентів.

Стратегічна група конкурентів - це певна кількість підприємств, які займають близькі позиції на ринку та конкурують між собою на основі одних й тих самих конкурентних переваг і однаковими методами.

Підприємства опиняються в одній і тій самій стратегічній групі, якщо вони відповідають будь-якій із зазначених вимог: близька структура асортименту продукції; використання однієї системи розподілу; однакові тип і ступінь вертикальної інтеграції; пропонування покупцям аналогічних послуг та технічної допомоги в експлуатації; цілеспрямованість на одних замовників;

задоволення потреб покупців, що потребують однакових особливостей у виробках; використання подібних прийомів у засобах масової реклами; ідентичні технологічні підходи до виготовлення та обслуговування продуктів або надання послуг; робота в одному інтервалі параметрів «ціна-якість»; ідентичні стратегічні орієнтири та механізм їх досягнення; однакова поведінка на ринку.

Різні галузі можуть мати різну кількість стратегічних груп. Важливо чітко визначити необхідні параметри для характеристики стратегічних груп галузі, які б відбивали специфічні характеристики підприємств певної галузі загалом і відмінності однієї стратегічної групи від іншої в межах галузі. Такими характеристиками можуть бути фактори конкурентоспроможності, згідно з якими треба аналізувати галузі та формувати стратегічні групи. Аналіз стратегічних груп виконується за допомогою так званих «карт стратегічних груп галузі» в такій послідовності:

1. Обирають найсуттєвіші характеристики продуктів або підприємств галузі (згідно з метою аналізу). Виокремлюють два з них.
2. Складають матрицю-карту з цими двома характеристиками. Важливо, щоб вони не корелювали одна з одною.
3. Розраховують обрані характеристики по продукту або підприємству, після чого продукти або підприємства розміщують на «карті».
4. Об'єкти, що опинились близько один до одного, об'єднують в одну стратегічну групу.
5. Навколо кожної стратегічної групи малюють коло. Доцільно, щоб загальний обсяг продажу підприємств стратегічної групи в галузі був пропорційний радіусу кола.

Примітка: розміри кола приблизно відбивають частку ринку, що обслуговується окремою стратегічною групою.

Формуючи «стратегічні групи» конкуруючих фірм, можна застосувати підхід «від потреб». Тоді підприємства можуть сформувати такі групи: орієнтовані на задоволення всього комплексу потреб і вимог, що їх висуває споживач до товару або послуги; спеціалізовані на задоволення специфічних потреб окремого сегмента («нішева спрямованість»); нових конкурентів, що запланували вихід на ринок зі своєю аналогічною продукцією; можливих конкурентів, що нині обслуговують інші ринки аналогічною продукцією, але поки що не планують освоювати ринок, який досліджується.

Крім того, підприємства галузі можуть бути класифіковані за стратегіями, які вони розробили та здійснюють: стратегії лідирування у зниженні витрат (цін), стратегії диференціації продукції; стратегії, що базуються на впровадженні «know-how», тощо.

Кожне підприємство самостійно приймає рішення про кількість параметрів, за якими треба порівнювати окремі підприємства. Тому карт стратегічних груп буде стільки, скільки обрано пар характеристик. Наявність карт з різними парними оцінками може сприяти виявленню рівня та типу конкуренції як у галузі загалом (кількість, склад стратегічних груп та їхні позиції), так і в межах однієї стратегічної групи.

Основними конкурентами є підприємства, що входять до складу однієї стратегічної групи, але якщо стратегічні групи займають на карті близьке положення, спостерігається конкуренція і між підприємствами різних стратегічних груп. Посилення або ослаблення позицій окремих груп і підприємств усередині групи пов'язано з набуттям або втратою окремих конкурентних переваг. Зміни характеристик підприємств можуть створювати умови для переходу їх з одної стратегічної групи до іншої. Перехід до іншої групи потребує перегляду стратегічного балансу, цілей та стратегій підприємства. Особливе значення має оцінка місця та ролі підприємства в новій для нього стратегічній групі, а також аналіз нових конкурентів.

Неабияке значення має оцінка здібності того чи іншого конкурента до створення конкурентних переваг. Конкурентні переваги можуть проявлятися як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі.

Головне для будь-якого підприємства чи організації - це створення та підтримка різних «навичок», які створюють їхню конкурентоспроможність і є основою їхньої стратегії.

Так, успішне сполучення організаційної структури та зовнішнього оточення не виникає самостійно, воно є результатом цілеспрямованої діяльності набуття підприємством конкурентних переваг, у тому числі організаційних, якими є досконалі ОСУ.

Розділ 2. Оцінка конкурентоспроможності СТОВ «Піщане»

2.1. Природно-економічна характеристика підприємства

Господарство розташоване в південно-західній частині Сумського району в 5 км від районного центру міста Суми. Велике значення для СТОВ «Піщане» має залізниця, яка розташована на відстані 5 км від господарства і відіграє важливу роль в доставці добрив та інших вантажів і знаходиться в с. Стецьківка.

Біля господарства пролягає автомобільна траса з твердим покриттям, що створює певні переваги для транспортування сільськогосподарської продукції.

ТОВ розташоване в зоні, яка характеризується помірним кліматом з враженими засушливо-суховійними явищами, нерівномірно розподіленими опадами протягом року.

Континентальність проявляється також в різних коливаннях температур. Середньорічна температура найбільш теплого місяця липня $+8,5^{\circ}\text{C}$, а найбільш холодного місяця січня -7°C .

Зима малосніжна з нестійкою погодою. Тривалість періоду з температурою $+10^{\circ}\text{C}$; $+16,5^{\circ}\text{C}$ - 175 днів. За вегетаційний період випадає 240-260 мм опадів, а за рік 500-540 мм.

Загальний рельєф територій господарства визначається широкими вододілами пологих балок і крутих схилів. Переважний елемент рельєфу - рівнинний. Найбільш ерозійні землі схилів використовують під вигін. Грунтові води на вододілах знаходяться глибоко, а по головним балкам вони підходять близько до поверхні і сприяють створенню лугових ґрунтів. Поширеною ґрунтоутворюючою породою на території господарства є льос, льосові суглинки, глино-рихле-піщані породи, болотний ремовій.

На території, де розташоване СТОВ «Піщане», переважають чорноземи, бонітет яких становить 81 балів, але родючість ґрунтів постійно

необхідно підтримувати шляхом внесення добрив та посівом тих культур, які здатні відновити родючість ґрунту.

Отже, природні умови і ресурси ТОВ «Піщане» в цілому сприятливі для розвитку сільського господарства. Переважно рівнинний рельєф, достатня кількість тепла і вологи в період активної вегетації, великі площі родючих ґрунтів дають змогу вирощувати найрізноманітніші сільськогосподарські культури помірної зони.

На території господарства розміщено 2 тракторні бригади, свиноферма. Виробнича інфраструктура представлена автопарком, мехмайстернею, будівельною бригадою, відділеннями водо- і газопостачання.

Земельні ресурси є основою матеріального і духовного виробництва. Від характеру і рівня ефективності використання землі залежить розвиток продуктивних сил, масштаби виробництва і матеріальне благополуччя народу.

Процентне відношення окремих видів сільськогосподарських угідь до їх загальної площі визначає структуру сільськогосподарських угідь (табл.2.1).

Таблиця 2.1
Динаміка і структура земельних угідь ТОВ «Піщане»

Види угідь	2014р.		2015р.		2016р.		2017р.		2018р.		Відхилення 2018 до 2014 року (+;-) га
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%	
Сільськогосподарські угіддя	1270,2	100	1278	100	1377	100	1377	100	1465	100	108,4
з них: рілля	1013,2	79,8	1028	80,4	1104	80,2	1104	80,2	1185	80,9	109
сінокоси	215,6	17	215,6	16,9	249	18,1	249	18,1	249	16,9	115,5
пасовища	14	1,1	14	1,1	3	0,2	3	0,2	10	0,7	21,4
багаторічні насадження	27,4	2,2	21	1,6	21	1,5	21	1,5	21	1,5	76,6
Орендована земельна площа	1270,2	100	1278	100	1377	100	1377	100	1465	100	108,4

Аналізуючи дані таблиці 2.1, можна відмітити, що загальна земельна площа господарства на протязі п'яти останніх років майже не змінилась і складала 1465 га та 1270,2 га, відповідно з яких сільськогосподарські угіддя в 2017 році склали 1465 га або 100 % та рілля 1185 га або 80,9 %. У складі сільськогосподарських угідь можна відмітити також, сінокоси, пасовища та багаторічні насадження, що склали 215,6 га, 14 га, 27,4 га або 17 %; 1,1 %; 2,2 % році і 256 га, 3 га, 21 га або 17,4 %; 0,2 %; 1,4 % відповідно у 2016 році, але найбільшу цінність з них мають все ж таки рілля та пасовища. Отже, відбулося збільшення загальної земельної площі на 194,8 га або на 115,3 % за рахунок збільшення площі ріллі на 171,8 га або 116,9 %.

Земля є не лише просторовим базисом, а і засобом виробництва, який використовуючись в господарській діяльності сприяє виробництву сільськогосподарської продукції як рослинництва так і тваринництва.

Після того, як ми проаналізували структуру земельних угідь, потрібно розглянути як змінюється чисельність робітників та ефективність їх використання в даному господарстві (табл.2.2).

Аналізуючи дані таблиці, можемо відмітити, що середньорічна чисельність робітників в період з 2014 р. по **Ошибка! Ошибка связи.** в господарстві збільшилася на 117,4 % або на 12 чоловік. Збільшення чисельності працівників відбулося в галузі тваринництва на 173% (на 19 чоловік), а в галузі рослинництва- зменшення на 83,7 % (на 7 чоловік), що свідчить про переорієнтацію підприємства в більшій мірі на виробництво продукції тваринництва.

При цьому ефективність використання робочого часу в господарстві значно знизилась, так як кількість відпрацьованих днів одним працівником за цей період збільшилось на **Ошибка! Ошибка связи.** днів або на 8,0 %, а саме: в рослинництві на 8,6% або на **Ошибка! Ошибка связи.** днів, в тваринництві- на 100,4 % або на **Ошибка! Ошибка связи.** день. В результаті таких змін коефіцієнт використання робочого часу збільшився на 0,1.

Динаміка чисельності працівників та ефективність їх використання

Ошибка! Ошибка связи.

Однак, позитивним є підвищення ефективності використання робочої сили, адже вартість виробленої товарної продукції на 1 середньорічного працівника в порівняльних цінах в 2018 р. в порівнянні з 2014 р. зростає більш, ніж в 2 рази.

Таблиця 2.3

Фонд оплати праці ТОВ «Піщане»

Назва показника	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 до 2014 року (+;-)
Фонд оплати праці усіх працівників, тис.грн.	371,2	438,2	577,7	767,6	821,1	449,9
Сума податку з доходів фізичних осіб, що відрахована з фонду оплати праці усіх працівників, тис.грн.	29,1	37,8	55,2	94,3	105,3	76,2
Фонд оплати праці штатних працівників, тис.грн.	410,5	456,1	577,7	765,3	812,4	401,9

Це пояснюється значним скороченням чисельності працівників при одночасному збільшенні реалізації товарної продукції та цін.

Виробничо-господарська діяльність та фінансовий стан підприємства багато в чому залежать від забезпеченості основними фондами та їх використання. Аналіз забезпечення та ефективність використання фондів розглянемо в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Забезпеченість фондами та ефективність їх використання

Ошибка! Ошибка связи.

Як видно з даних таблиці 2.4, використання основних фондів у господарстві знизилося, про що свідчить збільшення в 2018 році в порівнянні з 2014 роком фондозабезпеченості на 20,89 тис.грн./100 га або на 29,4 %, фондоозброєності на 3,55 тис. грн./чол. або на 27,2 %.

Це пояснюється більш швидкими темпами збільшення вартості основних виробничих фондів (збільшилося на 149,3 %), ніж площі с/г угідь та середньоспискової чисельності працівників, які збільшились відповідно на 115,3 % та 117,3 % відповідно.

Разом з тим, позитивно характеризує ефективність використання основних фондів збільшення фондовіддачі на 1,95 од. та зменшення фондомісткості на -0,57 од.

Раціональне розміщення і науково обґрунтована спеціалізація сприяють збільшенню виробництва сільськогосподарської продукції, підвищенню продуктивності праці, зниженню собівартості продукції, що забезпечує ефективне використання земельних угідь, матеріальних і трудових ресурсів.

Дані таблиці 2.5 свідчать про те, що господарство має чітко виражену м'ясну спеціалізацію з розвиненим виробництвом м'яса свиней, так як даний вид продукції в середньому за 5 років займає найбільш питому вагу: відповідно в 2014 р. 32,61% і в 2018 р. 65,83%.

Слід відмітити, що дана спеціалізація повністю відповідає природним і економічним умовам розвитку господарства.

Для оцінки рівня спеціалізації знайдемо коефіцієнт спеціалізації:

$$K(\text{сп}) = 100 \sum p * (2 * i - 1) = 100 \cdot 527,5 = 18,9 \%$$

Отже, дане господарство має низький рівень спеціалізації, так як коефіцієнт спеціалізації менший 0,18.

Структура товарної продукції

Таблиця 2.5

Види продукції	2014р.		2015р.		2016р.		2017р.		2018р.		В середньому за 5 років	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Зернові і зернобобові	326,9	32,22	526,1	32,69	528	22,45	626,1	24,34	810,1	19,5	563,44	24,09
Соя	1,5	0,15	0	0	15,8	0,67	0	0	0,9	0,02	3,64	0,15
Ріпак	39,6	3,9	16,5	1,03	0	0	18,9	0,73			15	0,64
Цукрові буряки	264	26,02	373,3	23,2	331,4	14,09	329,1	12,79	331,2	8,0	325,8	13,93
Інша продукція рослинництва	24,8	2,44	1,9	0,12	10,6	0,45	11,7	0,45	0,7	0,01	9,94	0,43
Разом по рослинництву	656,8	64,74	917,8	57,03	885,8	37,66	985,8	38,32	1142,9	27,58	917,82	39,24

М'ясо ВРХ	4,1	0,4	14,4	0,89	65,4	2,78	91,9	3,57	154,9	3,74	66,14	2,83
М'ясо свиней	330,8	32,61	631,4	39,23	1369,4	58,23	1459,1	56,72	2728,4	65,83	1303,8	55,75
Інша продукц ія тваринн ицтва	0	0	11,1	0,69	8,5	0,36	12,1	0,47	118,5	2,86	30,04	1,29
Разом по тваринн ицтву	334,9	33,01	656,9	40,82	1443,3	61,37	1563,1	60,76	3001,8	72,42	1400,0	59,87
Промис лова продукц ія	22,8	2,25	34,6	2,15	22,7	0,97	23,5	0,91			20,72	0,89
Всього по підприє мству	1014, 5	100	1609,3	100	2351,8	100	2572,4	100	4144,7	100	2338,5	100

Таблиця 2.6.

Вироблено продукції тваринництва ТОВ «Піщане»

Найменування показників	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 до 2014 року (+;-)
Реалізовано худоби та птиці на забій (у живій масі) – усього, ц.	371	499	2058	2911	3117	2746
у тому числі: великої рогатої худоби, ц.	16	19	144	147	156	140
Свиней, ц.	355	480	1914	2764	2872	2398

Аналізуючи дані таблиці 2.6, можна відмітити, що реалізація худоби та птиці на забій (у живій масі) збільшилась на 2746 у 2018 році в порівнянні з 2014 роком. У тому числі великої рогатої худоби збільшилося у 2018 році на 140 ц. в порівнянні з 2014 роком. Свиней реалізовано у 2018 році на 2398 ц. більше в порівнянні з 2014 роком.

Таблиця 2.7.

Вирощено худоби в ТОВ «Піщане»

Найменування показників	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 до 2014 року (+;-)
Одержано приросту від вирощування, відгодівлі та нагулу худоби (ВРХ), ц.	62	70	87	117	132	70
Число кормоднів на вирощуванні, відгодівлі та нагулі (ВРХ)	11571	12740	19675	31497	34581	23010
Вирощено у живій масі (ВРХ)	62	70	87	116	128	66
Одержано приросту від вирощування, відгодівлі та нагулу худоби (свині)	1118	1253	2219	2199	2341	1223
Число кормоднів на вирощуванні, відгодівлі та нагулі (свині)	390575	327017	550091	514741	587712	197137
Вирощено у живій масі (свині)	1154	1257	2226	2203	2481	1327

Аналізуючи дані таблиці 2.7, можна зробити наступні висновки, що одержано приросту від вирощування, відгодівлі та нагулу худоби (ВРХ) на 70 ц. більше у 2018 році в порівнянні з 2014 роком, число кормоднів на вирощуванні, відгодівлі та нагулі (ВРХ) збільшилось до 23010 в порівнянні з

2014 роком. Збільшилися також виробничі показники і по галузі свинарства. Так, в 2018 році збільшилось і число кормоднів і величини приросту більше як в два рази. Це говорить про те, що підприємство нарощує обсяги виробництва і капіталу. Це ж саме можна сказати і про галузь рослинництва, яка в найбільшій мірі представлена підгалуззю зерновиробництва.

Таблиця 2.8

Динаміка виробництва зерна

Найменування показників	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 до 2014 року (+;-)
Зібрана площа, га	621	746	875	936	982	361
Вироблено продукції, ц	22871	25674	27541	28062	29052	6181
у тому числі зернові та зернобобові всього (виробнича собівартість, тис. грн.)	984,3	1020,7	1117,5	1354,7	2498,8	1514,5

Аналізуючи дані таблиці 2.8, можна зробити наступні висновки, що зібрана площа зернових та зернобобових збільшилась на 361 га у 2018 році в порівнянні з 2014 роком, вироблено продукції зернових та зернобобових на 6181 ц. більше у 2018 році в порівнянні з 2014 роком, виробнича собівартість також мала тенденцію збільшення на 1514,5 у 2018 році ніж в 2014 році.

Із даних таблиці 2.9 видно, що досліджуване господарство є прибутковим та рентабельним, однак за останні п'ять років дані показники мають тенденцію до зменшення. Не дивлячись на те, що в 2018 р. в порівнянні з 2014 р. вартість товарної продукції зроста відповідно на 408,5 % і 3130,2 тис. грн., валовий прибуток збільшився на 1135,5 тис. грн., або на 268,3 %. При цьому чистий прибуток збільшився на 1185,7 грн. або на 406,1%. Рентабельність підприємства в 2018 р., склала **Ошибка! Ошибка связи. %**, а в 2014 р. цей показник складав **Ошибка! Ошибка связи. %**, так як було отримано чистого доходу в розмірі **Ошибка! Ошибка связи. тис. грн.**, а собівартість товарної продукції склала **Ошибка! Ошибка связи. тис. грн.**

Динаміка основних економічних показників розвитку
господарства.

Ошибка! Ошибка связи.

Важливим показником оцінки фінансового стану підприємства є рентабельність, як показник вона дає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, які впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на господарчу діяльність підприємства.

Що стосується результатів розрахунків наведених в таблиці бачимо, що майже всі наведені показники рентабельності в 2018 р. в порівнянні з 2014 р. дещо підвищились. Підвищення рентабельності активів за прибутком показує, що в 2014 р. на 1 грн. активів підприємства припадало **Ошибка! Ошибка связи.** коп. валового прибутку, а в 2018 р 27,13 коп. Рентабельність активів за чистим прибутком і виробничих фондів збільшились відповідно на 6,63, 73,95 коп., що позитивно характеризує фінансову діяльність підприємства.

Таблиця 2.10

Динаміка показників прибутковості підприємства

Показники	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018р. від 2014р.(+;-)
Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності, %	20,64	26,64	27,44	23,58	27,27	6,63
Рентабельність активів за чистим прибутком, %	20,64	26,64	27,44	23,58	27,13	6,49
Рентабельність власного капіталу, %	26,99	31,12	31,92	27,34	29,96	2,97
Рентабельність виробничих фондів, %	43,00	66,54	90,24	75,79	116,95	73,95
Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком, %	38,18	40,87	40,93	33,17	37,95	-0,23

Таблиця 2.11

Основні фінансові результати підприємства ТОВ «Піщане»

Стаття	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 до 2014 року (+;-)
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1680,3	1720,5	1860,0	2573,2	4756	3075,7
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1234,1	1571,2	1609,3	2351,8	4145	2910,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	791,4	980,3	1001,3	1803,2	2335	1543,6
Фінансові результати від операційної діяльності	389,1	431,2	596,2	962,3	1431	1041,9
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	420,6	567,1	657,7	962,3	1581	1160,4
Фінансові результати від звичайної діяльності (прибуток)	420,6	567,1	657,7	962,3	1581	1160,4

Тому необхідно мобілізувати всі невикористані можливості для збільшення величини прибутку, а відповідно і рівня рентабельності, серед яких: збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізація її на більш вигідних ринках збуту та в оптимальні строки і ін.

2.2. Аналіз конкурентноспроможності СТОВ «Піщане»

Розмір абсолютних показників ліквідних коштів не дає можливості оцінити платоспроможність підприємства. Аналіз фінансового стану проводиться на основі відносних показників платоспроможності та кредитоспроможності (табл.2.12).

Динаміка показників платоспроможності та кредитоспроможності
підприємства

Показники	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення ,+,-
						2018р.до 2014р.
Коефіцієнт абсолютної платоспроможності	0,03	0,003	0,004	0,02	0,02	-0,01
Коефіцієнт термінової платоспроможності	0,07	0,067	0,12	0,13	0,10	0,03
Коефіцієнт проміжної платоспроможності	0,48	0,242	0,307	0,61	0,23	-0,24
Коефіцієнт загальної платоспроможності	0,98	1,406	1,486	2,02	2,21	1,23

Аналіз платоспроможності підприємства в динаміці свідчить про його нестійкий фінансовий стан на протязі всіх п'яти років. Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності, який показує, яку частину поточних боргових зобов'язань підприємство може погасити зараз, значно менший за його нормативне значення – 0,1. Цей коефіцієнт є найбільш жорсткий в оцінках платоспроможності і найбільш нестійкий, тому не може бути єдиним і достатнім в оцінках платоспроможності підприємства. Коефіцієнт термінової платоспроможності свідчить про те, що господарство може погасити свої короткострокові зобов'язання за платежами найближчим часом, оскільки грошові еквіваленти і поточні фінансові інвестиції можуть без особливих труднощів бути конвертованими у засоби платежу. Щодо коефіцієнта проміжної платоспроможності, то він засвідчує потенційну здатність підприємства погасити свої короткострокові зобов'язання при умові отримання від короткострокових реальних дебіторів всієї суми

заборгованості. Така можливість залежить від багатьох причин, і насамперед, швидкості платіжного документообігу. Значення цього показника в 2018 році порівняно із 2014 роком зменшилось на 0,35 позицій і становило 0,23, при тому, що нормативне його значення – 0,8. Таким чином, навіть у більш довгостроковій перспективі підприємство не здатне розраховуватися за своїми борговими зобов'язаннями. Щодо коефіцієнту загальної платоспроможності, який засвідчує достатність оборотних активів для погашення поточних зобов'язань, то при нормальному фінансовому становищі, він повинен становити 2,0 – 2,5. В нашому випадку в 2018 році порівняно з 2014 роком він збільшився на 2,19 і становив 2,21. Значення цього показника не є критичним, це свідчить про задовільний фінансовий стан. Як наслідок, низький рівень платоспроможності є причиною неспроможності підприємства розраховуватися за короткостроковими банківськими кредитами, про що свідчать низькі показники кредитоспроможності. Таким чином, якщо керівництво підприємства не почне вживати заходи по підвищенню платоспроможності, то існує реальна загроза банкрутства підприємства.

Аналіз показників ділової активності є важливим етапом оцінки ефективності діяльності підприємства. Результатами аналізу зацікавлені як внутрішні, так і зовнішні користувачі інформації. Основними завданнями аналізу виступають: оцінка господарської ситуації; виявлення факторів і причин досягнутого стану; підготовка і обґрунтування майбутніх рішень; викриття і мобілізація резервів підвищення ефективності господарської діяльності.

Ділову активність СТОВ «Піщане» характеризують наступні показники (табл.2.13).

Аналіз вищенаведених показників свідчить про надто низьку ділову активність підприємства, що зумовлено передусім скороченням виробничої програми. В динаміці майже всі показники оборотності менші за їх нормативні значення, які забезпечують нормальну діяльність підприємства. Зростання коефіцієнта оборотності оборотних коштів при одночасному скороченні виробничих потужностей та вартості активів є свідченням більш швидших темпів спаду останніх, що є негативною тенденцією. Низькі показники фондівдачі, як вже зазначалося раніше, є наслідком нецільового використання коштів від реалізації основних фондів та повільної інтенсивності їх нагромадження для відновлення основних засобів. Оборотність коштів у розрахунках (коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості) попри значне зростання у 2018 році порівняно з 2014 роком на 71,67 є високим і свідчить про високу ефективність комерційного кредиту, наданого підприємствам-дебіторам. Показники оборотності власного і всього капіталу показують швидкість їх обертання. Для підвищення своєї ділової активності спеціалістам відділу маркетингу необхідно детально дослідити ринок Сумського району та області для визначення попиту на новітню сільськогосподарську техніку серед підприємств аграрного сектору. На кошти, які отримані від реалізації непотрібних основних засобів, у зв'язку із скороченням виробничої програми, придбати необхідну техніку та намітити шляхи співпраці з найбільш платоспроможними сільськогосподарськими підприємствами. Також проаналізувати можливості придбання техніки у фінансовий лізинг.

Прибуток є головним джерелом розширеного відтворення, вирішально впливає на фінансовий стан, а тому служить важливим показником при характеристиці ресурсів, якими володіє підприємство. Однак, ця абсолютна величина повністю ще не характеризує результативність господарсько-фінансової діяльності. Для такої характеристики масу одержаного прибутку доцільно співставити з вартістю тих елементів виробництва, які сприяли його створенню. Цей відносний показник називають рентабельністю. Тому

економічний аналіз рівня рентабельності і причин її зміни має важливе значення для виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємства. Показники рентабельності СТОВ «Піщане» наведено нижче (табл.2.13).

Таблиця 2.14

Динаміка показників рентабельності (прибутковості)

Показники	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018р. від 2014р.,+, -
Коефіцієнт рентабельності продажу	0,09	0,10	0,19	0,07	0,12	0,03
Коефіцієнт рентабельності основної діяльності	0,74	0,80	0,96	0,41	0,62	-0,12
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,73	0,20	0,47	0,14	0,20	-0,53
Рентабельність(збитковість) всього капіталу,%	0,13	0,08	0,20	0,08	0,09	-0,03
Прибутковість оборотних активів	0,17	0,10	0,27	0,08	0,11	-0,07
Прибутковість операційної діяльності	2,78	0,72	1,13	0,47	0,70	-2,08

Аналіз вищевказаних показників свідчить про збитковість підприємницької діяльності. Надто низькі показники коефіцієнтів рентабельності продажу, рентабельності основної діяльності та всього капіталу вказують на недостатність валового прибутку, що є наслідком завищення собівартості продукції. За останній 2018 рік на 1 грн доходу припадало лише 12 коп. прибутку, на 1 грн виробничих витрат - 62 коп., на 1 грн вартості оборотних і необоротних фондів – 0,09 грн. Витрати

підприємства покриваються за рахунок різниці від продажу основних засобів та інших операційних доходів, які включають оренду приміщень, субсидії, списання кредиторської заборгованості та індексацію основних засобів. Таким чином підприємству необхідно переглянути свою цінову політику в сторону збільшення ціни за одиницю продукції та наданих послуг, що дозволить наростити величину прибутку. Як уже неодноразово зазначалося, покращити фінансовий стан підприємства та запобігти банкрутству можливо завдяки нарощуванню виробничих потужностей, що базуються на ефективних і ґрунтовних маркетингових дослідженнях.

За моделлю Альтмана розраховано коефіцієнти загрози банкрутства за 2014 та 2018 роки відповідно за формулою:

$$Z = 0.717 * X1 + 0.847 * X2 + 3.107 * X3 + 0.42 * X4 + 0.998 * X5 \quad [2.4.1], \text{ де}$$

X1- ліквідність активів;

X2- прибутковість активів;

X3- рентабельність активів;

X4- фінансова стійкість;

X5- оборотність активів.

$$Z(2014\text{р.}) =$$

$$0,717 * 0,22 + 0,847 * 0,16 + 3,107 * 0,22 + 0,42 * 0,53 + 0,998 * 1,74 = 2,94$$

$$Z(2018\text{р.}) =$$

$$0,717 * 0,66 + 0,847 * 0,13 + 3,107 * 0,13 + 0,42 * 2,6 + 0,998 * 1,08 = 3,16$$

Вирахувані коефіцієнти є більшими ніж мінімально допустиме значення -1,23. Це, у свою чергу, означає, що можливість банкрутства для СТОВ «Піщане» є низькою.

2.3. Показники якості продукції ТОВ «Піщане»

ТОВ «Піщане» реалізує продукцію рослинництва та тваринництва.

Показники якості продукції рослинництва:

- Пшениця.

Концепція діючого в Україні ДСТУ 3768-98 «Пшениця. Технічні умови» в цілому не викликає заперечень, але у ньому є ціла низка недоліків, які не узгоджуються з вимогами міжнародних стандартів. Одним з недоліків суто стандарту є недосконалий принцип класифікації домішок. На нашу думку, у стандарт треба внести зміни, що узгоджувались би з вимогами Правил ЕС 824/2000.

У стандарті офіційно ще зберігається класифікація зерна за вмістом білка і клейковини.

В Україні виконані необхідні наукові дослідження і накопичена достатня інформація для того, щоб нарешті повністю відмовитися від використання вмісту клейковини для класифікації зерна за класами. Проти цього будуть виступати покупці зерна всіх без винятку рівнів при умові збереження діючого ГОСТ на визначення вмісту і якості клейковини. Справа у тому, що цей ГОСТ настільки недосконалий, що він без порушення його вимог дозволяє зацікавленій стороні відмити значно менше клейковини і цим занизити клас зерна і відповідно його ціну. За таких обставин селянин, не володіючи тонкощами аналізу, завжди залишається у програті.

І тим не менше, ми вимушені у нашої пшениці відмивати клейковину для визначення її якості і, перш за все, для визначення рівня ушкодження зерна шкідливою черепашкою (точніше, ступеня деградації клейковини під дією ферментів шкідливої черепашки). При цьому відмивається наперед відома кількість клейковини за так званим коефіцієнтом КБ, величина якого обумовлюється вмістом білка. Нами встановлено, що не існує ніякої необхідності відмивати клейковину при відносно низькій температурі води.

У всіх відношеннях краще використовувати воду з температурою 25 °С. Детально всі ці питання розглядаються у наших публікаціях.

Технологія визначення якості зерна на перших етапах руху зерна від селянина до покупця.

Визначальні показники якості товарного зерна пшениці.

Визначення якості зерна на етапі його переходу від селянина до покупця ми вважаємо найвідповідальнішим моментом всього зерновиробництва. Саме на цьому етапі селянин повинен отримати вичерпну і точну інформацію про якість вирощеного ним зерна. Для чого це йому потрібно?

Перше. Для висновків, чи зробив він все необхідне для отримання зерна високої якості в поточному і як себе поводити в наступному році.

Друге. Для того, щоб при бажанні уже на своєму току він зміг сам змішати різні партії зерна з метою отримання найбільшого прибутку (тобто, провести так зване підсортування зерна) і не віддавати цей часто немалий прибуток у чужі руки.

Третє. Щоб він сам, знаючи класність зерна, зміг скласти йому ціну і як рівноправний член зернового ринку міг відстоювати свої власні інтереси. Тільки при такому відношенні селянина до власного товару Україна стане великою і зерною державою з високою культурою зерновиробництва. Продовжувати тримати нашого землероба у вигляді кріпака або раба невігідно суспільству в цілому і Україні як державі. Суспільство нарешті повинно повернути йому борги хоч би у вигляді поваги і визнання його рівноправності у зерновому бізнесі.

Сьогодні ні у кого не повинно викликати ніякого сумніву, що основними показниками якості будь-якої партії зерна пшениці є вміст білка, «сила» борошна (W) і показник ЧП (якщо вважати, що його вологість, натура, зернова, смітна і отруйна домішки відповідають вимогам стандарту).

Можна стверджувати, що визначення вмісту білка і показника ЧП уже зараз не викликає особливих труднощів. Принамні, через рік-два це стане буденною справою.

Зовсім інша ситуація з визначенням показника W. Це один із найінформативніших і одночасно найскладніший аналіз. Виконувати його на перших етапах руху зерна практично неможливо. Ми стверджуємо, що рівень цього показника можна з високою ймовірністю прогнозувати за двома показниками, методи визначення яких можна віднести до розряду масових аналізів. Перший з них це показник ВДК (ИДК), але визначення якого проходить за нашою методикою у клейковини, що відмивалась з урахуванням показника КБ. Тільки за таких обставин показник ВДК має об'єктивний характер і віддзеркалює ступінь ушкодження зерна шкідливою черепашкою. Якщо його значення не перевищує 100 одиниць шкали приладу, то можна бути впевненим, що ми маємо справу з придатною для харчових цілей пшеницею. В зв'язку з цим доречно наголосити, що у ДСТУ 3768-98 значення показника ВДК для пшениці першого класу треба підвищити з 75 до 100 одиниць. Але, як показали наші дослідження, зв'язок між показником ВДК і «силою» борошна, як правило, низький. Перш за все, це викликається тим, що при практично однакових значеннях показника ВДК у сортів з різним генетично обумовленим рівнем якості зерна «сила» борошна може відрізнятись у 2-3 і більше разів.

Для того, щоб диференціювати такі зразки, ми пропонуємо використовувати розроблений нами непрямий метод визначення «сили» борошна за показником седиментації без і з попереднім автолізом борошна на протязі 30 чи 120 хвилин. На товарному зерні кореляція між показником седиментації після 120 хвилин автолізу і W може бути більшою за 0,9. Викликано це тим, що як альвеограф, так і седиментація з автолізом борошна дозволяють з'ясувати стійкість клейковинного комплексу тіста чи густої водної суспензії борошна до дезагрегації під дією власних чи привнесених шкідливою черепашкою протеолітичних ферментів. В зв'язку з цим у світі не

випадково все більшої популярності набирає так званий трьохгодинний метод визначення «сили» борошна. Суть його полягає у тому, що ферментація млинця тіста в термостаті альвеографа протікає не звичайних 20 хвилин, а три години. При цьому у зразків борошна з низькою протеолітичною активністю або з високою генетично обумовленою стійкістю клейковинного комплексу до дезагрегації «сила» борошна може навіть збільшуватись порівняно з контролем. Зменшення величини «сили» борошна і суттєве погіршення параметрів альвеограми свідчить про протилежне. Те ж саме відбувається і з показниками седиментації. У низки зразків стандартний показник седиментації може бути високим (наприклад, 60-80 мл). Після автолізу борошна він у частини зразків може залишитись майже таким, а у інших - зменшитись навіть до 3-5 мл.

Ступінь зменшення цього показника свідчить про стійкість його клейковинного комплексу до протеолізу і про характер поведінки тіста при тому чи іншому режимі тістотворення.

Таким чином, на перших етапах руху зерна ми пропонуємо визначати такі показники його якості: натура; вміст вологи; ЧП (число падіння); вміст білка на суху речовину; показник ВДК у клейковини, відмитій за коефіцієнтом КБ; показники седиментації борошна до і після його автолізу на протязі 120 хвилин.

За згодою зернових складів, інших суб'єктів підприємницької діяльності вологість зерна та вміст зернової, смітної домішок у кукурудзі допускають вище граничних норм за можливості доведення такого зерна до показників якості, зазначених у таблиці 2.

Для перероблення на продовольчі і кормові потреби кукурудзу постачають тільки в зерні Типовий склад кукурудзи узгоджують зі споживачем-переробником зерна на крупи, харчові концентрати, продукти, крохмаль і патоку згідно з ГОСТ 10940.

Кукурудза, яку формують для експортування, повинна бути у здоровому стані, мати нормальний запах та колір, бути не зараженою шкідниками зерна.

- Гречка.

Таблиця 2.15

Найменування показника	Норма, %
Вогкість	14,5
Смітна домішка	1,0
Зернова домішка	1,0
Зараженість шкідниками	не допускається

Обмежувальні норми для гречки, яку залежно від якості підрозділяють на три класи, що заготовляється, вказані в табл.2.16.

Таблиця 2.16

Найменування показника	Норма для класу		
	1-го	2-го	3-го
Вогкість %, не більш	19,0	19,0	19,0
Зміст ядра % не менше	71,0	70,0	69,0
Смітна домішка % не більш	4,0	8,0	8,0
у тому числі:			
Мінеральна домішка	0,2	1,0	1,5
В числі мінеральної домішки:			
галька	не допускається	0,5	1,0
кукіль	1,0	1,0	1,0
зіпсовані зерна	0,2	0,3	0,5
шкідлива домішка	не допускається	0,5	0,5
В числі шкідливої домішки:			
Споринья	не допускається	0,05	0,05
горчак повзучий, софора			
лисохвоста, термопсис			
ланцетова (по сукупності)	не допускається	0,1	0,1

визель різнокольоровий	не допускається	0,1	0,1
геліотроп опушеноплодний	не допускається	не допускається	0,1
триходесма сива	не допускається	не допускається	
Тяжковідділиме насіння (татарська гречка, дика редька, жито, пшениця, горець) %	1,0	1,0	1,0
мертві шкідники (жуки) шт. в 1 кг, не більш	не допускається	15	15
у тому числі:			
пророслі зерна	1,0	1,0	3,0
обрушені зерна	2,0	3,0	4,0
Зараженість шкідниками	не допускається	не допускається окрім зараженості кліщем, не вище 2 ступені	

За погодженням заготовчої організації і постачальника допускається вогкість зерна і зміст смітної домішки в гречці більш обмежувальних норм, що заготовляється, за наявності можливості доведення зерна до кондицій, що забезпечують його збереження.

Гречка, що заготовляється і поставляється, повинна бути в здоровому стані, що не гріється, мати властиві здоровому зерну колір, запах (без затхлого, солодового, плесневелого, стороннього запахів).

Щоб зробити висновок про доброякісність м'яса (свіже, сумнівної свіжості, несвіже) його досліджують декількома методами оцінки якості. Тобто піддають органолептичним, фізико-хімічним, мікроскопічним та санітарно-гігієнічним дослідженням.

Під час органолептичних методів досліджують наступні показники:

- зовнішній вигляд і колір туші - м'ясо має бути чистим, без підривів, темної кірки, без ослизнення.

- консистенція - натискуванням пальця.

- запах - спочатку нюхають поверхню туші, потім чистим ножом розрізають товщу м'яса в глибинних шарах, нюхають запах ножа і м'язову тканину біля кістки.

- стан жиру - визначають за кольором, запахом і консистенцією. Жир має бути білий, або біло-рожевий, але не жовтий; консистенція - пружна, мазка, крихка - лише в баранячого жиру; запах приємний і не затхлий.

- стан сухожиль - визначають обмацуванням і визначають їх запах, пружність і щільність.

- стан суглобових поверхонь кісток - повинні бути блискучі, між суглобна рідина прозорою, запах нейтральний.

- стан кісткового мозку - білий, не відстає від кістки.

- стан і аромат бульйону - не повинні плавати пластівці, прозорий приємного запаху, з рівномірним розподілом жиру на поверхні.

- смак і запах м'язової тканини після варіння.

У випадках коли якість м'яса не відповідає вимогам, дану партію, або тушку м'яса піддають лабораторним аналізам. Для лабораторних досліджень від кожної туші, або її частини, відбирають зразки масою не менше 200 г кожний, зразки беруть: біля зарізу проти 4 і 5 хребців в ділянці лопатки і з м'язів стегон, загортають кожен окремо і відправляють в лабораторію, де проводять бактеріоскопію та інші дослідження.

Фізико-хімічні показники свіжості м'яса наведено у Таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Фізико-хімічні показники свіжості м'яса.

Показники	М'ясо свіже	М'ясо сумнівної свіжості	М'ясо несвіже
Вміст ЛЖК(оцтова, масляна, пропіонова, мурашина),мг КОН	До 4	4-9	Понад 9
Вміст продуктів первинного розпаду білків у бульйоні (реакція з $CuSO_4$)	Бульйон прозорий, ароматний	Помутніння бульйону, дрібні пластівці, з запахом, не властивим свіжому бульйону	Бульйон мутний, з великою кількістю пластівців, з різким неприємним запахом
Бактеріоскопія	До 10 коків і паличок	До 30 коків і паличок, сліди розпаду м'язової тканини	Понад 30 коків і паличок, значний розпад м'язової тканини

Органолептична оцінка якості м'яса забійних тварин за дослідними зразками.

Таблиця 2.18

Органолептична оцінка свіжості м'яса за зразками.

№	Назва показника	Дослідний зразок		
		Свинина (беконна)	Яловичина	Баранина
1	Зовнішній вигляд і колір туші поверхні	Кісточка блідо-рожева, але злегка потемніла	Злегка липка потемніла, блідо-червоного кольору	Покрита слизом, потемніла, сіро-коричневого кольору, сильно підсохла
2	М'язи на розрізі	Не залишають вологої плями на фільтрувальному папері	Злегка липкі, темно-червоного кольору, вологі	Залишають вологу пляму на фільтрувальному папері
3	Консистенція	М'язова тканина щільна, пружна, при надавлюванні пальцем ямка швидко вирівнюється	Менш щільна і менш пружна, ямка при надавлюванні, вирівнюється повільно, жир м'який	На розрізі м'ясо в'яле, після надавлювання ямка не вирівнюється, жир м'який
4	Запах	Приємний, без сторонніх запахів	Злегка тухлуватий	Кислий, слабо гнильний
5	Стан жиру	Консистенція тверда, колір блідо-рожевий, не має сторонніх запахів	Білий з сіруватим відтінком, липне до пальців	Сірувато-матовий відтінок, при надавлюванні ажеється
6	Стан сухожилів	Поверхня гладенька, блискуча, матового кольору	Менш щільні, поверхня суглобів гладенька	Розм'яклі, сіруватого кольору, суглобові поверхні покриті слизом
7	Стан кісткового мозку трубчастих кісток	Заповнює всю порожнину кістки, запах приємний, злегка сальний	Мозок відділяється від стінок кістки, колір жовтуватий	Мозок сильно відділяється від стінок кістки, покритий кірочкою, Неприємний запах.
8	Прозорість і аромат бульйону	Прозорий, ароматний, з ледь помітними пластівцями	Мутний, із запахом не властивим свіжому бульйону	Мутний з великою кількістю пластівців

Провівши органолептичну оцінку якості м'яса за зразками, визначили, що зразок свинини (беконної) відповідає свіжому; зразок яловичини, за показниками якості - до сумнівної свіжості, а бараняче до несвіжого м'яса.

Розділ 3. Управління конкурентоспроможністю продукції СТОВ

«Піщане»

3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

Оскільки в галузі рослинництва провідною культурою є зерно, тому управлінські рішення, які будуть направлені за підвищення конкурентоспроможності саме цієї продукції було б логічним і економічно виправданим.

Підвищення економічної ефективності зернового виробництва передбачає збільшення виробництва і поліпшення якості зерна, забезпечення більшості сталості зернового господарства і ефективного використання виробничих ресурсів.

Основним напрямком підвищення урожайності у господарстві є інтенсифікація виробництва зерна. Сутність інтенсифікації зерна його виробництва полягає в концентрації якісно нових вкладень засобів виробництва, а іноді і праці, на одну й ту ж одиницю земельної площі, підвищення інтенсивності їх використання з метою підвищення та здешевлення продукції.

Серед напрямків інтенсифікації зернової галузі у господарстві важливе значення належить хімізації. Зараз у господарстві спостерігається деяке зменшення внесення добрив, пестицидів та гербіцидів, що негативно впливає на урожайність зернових культур. Зазначимо, що придбання добрив і гербіцидів навіть за існуючих високих цін є ефективним. Ефективність застосування добрив характеризується високою віддачею і окупністю витрачених коштів. Тому для підвищення врожайності господарству слід збільшувати вкладання коштів на придбання добрив та гербіцидів. Практично не застосовуються у господарстві і органічні добрива. Рівень урожайності зернових у господарстві формується в основному за рахунок природної

родючості ґрунтів, що має в свою чергу негативний вплив на одержання урожайності в подальшому, тому що землі виснажуються.

Важливим напрямком підвищення урожайності є зрошення землі. У свою чергу із застосуванням хімізації зернових культур зрошення дає суттєві прироби урожайності зерна. Так, в дослідках Інституту зрошувального землеробства УААМ в середньому за три роки урожайність озимої пшениці без добрив становила 26,2 ц/га, при удобренні – 63,4 ц/га. На поливних землях одержують високі і сталі врожаї всіх зернових культур. Господарству для підвищення урожайності зернових необхідно вкладати кошти у зрошення посівних площ, що в свою чергу буде впливати на підвищення економічної ефективності виробництва зернових. Для вирішення зернової проблеми у агрофірмі необхідно розширити посіви пшениці на чорних і зайнятих парах, багаторічних травах та інших попередників, які накопичують азот і вологу в ґрунті. Це дасть можливість підвищити рівень урожайності та зменшити дози внесення азотних добрив на 30-60 т д.р. на 1 га та витрати на її вирощування.

Зростанню урожайності, а внаслідок чого і економічної ефективності сприяє застосування у господарстві сортів напівінтенсивного типу, які менш вибагливі, ніж інтенсивні до умов вирощування, краще використовують вологу, стійкі до захворювань. До таких сортів належать сорти Обрій, Одеська 265, Фантазія тощо. Сорт повинен змінюватися один раз у 5 років. За рахунок нового сорту можна отримати 20% врожаю.

Необхідною умовою для підвищення урожайності у господарстві є проведення технологічних операцій в оптимальні строки, завдяки чому створюються кращі умови для вегетації зернових культур, зменшуються витрати при збиранні врожаю, транспортуванні. Так, рання зяблева оранка підвищує урожайність зернових на 2-3%. Тому необхідно проводити оранку у господарстві не пізніше першого вересня після озимих та ярих культур, не пізніше першого жовтня після кормових та технічних культур. Значним підвищенням урожайності є зменшення строків збирання врожаю.

Висока урожайність зернових культур може бути досягнена лише при комплексному впровадженні всіх напрямків інтенсифікації зернового господарства. Не виконання одного з них призводить до зменшення урожайності зернових.

Розрахуємо, наскільки ж можливо підвищити урожайність при застосуванні найважливіших факторів у господарстві. Використовуючи прибавки урожайності за рахунок впливу окремих факторів, які наведені у даному розділі, визначимо приріст урожайності.

Таблиця 3.1

№ п/п	Фактори	Приріст урожайності
1	Внесення мінеральних добрив, 1 ц	2,4
2	Внесення органічних добрив на 1 га	3,5
3	Зрошення посівних площ	0,5
4	Застосування гербіцидів	1,2
5	Посів кондиційним насінням	2,5
	Разом	10,1

Так, при внесенні 1 ц мінеральних добрив на 1 га отримують 2,4 ц/га прибавки урожайності. Якщо в господарстві будуть вноситися органічні добрива у розрахунку 5 тон на 1 га, то господарство отримає прибавку 3,5 ц/га, а при зрошенні посівних площ буде отримано 0,5 ц/га прибавки. При застосуванні гербіцидів буде отримано 1,2 ц/га прибавки. Посів кондиційним насінням забезпечить 25% врожаю, що дасть 2,5 ц/га прибавки урожайності зернових культур.

При застосуванні цих факторів загальний приріст складе 80% від запланованого приросту урожайності зерна. Тобто, фактично господарство отримає 8,1 ц/га приросту зерна. Для визначення загальної урожайності, яку господарство може отримати у результаті впровадження вище вказаних

факторів, додамо приріст до фактичної урожайності 2018 року (без кукурудзи)

$$8,1 + 42,3 = 50,4 \text{ (ц/га)}$$

Розглянувши структуру виробничих витрат ТОВ «Піщане» за 2014 – 2018рр., ми зробили висновок, що підприємство приділяє недостатню увагу внесення добрив, як мінеральних так і органічних. Вони займають лише 18.9 % в структурі загальних витрат. Отже, підвищимо затрати на внесенню добрив та засоби захисту рослин на 81,59 грн. у розрахунку на 1 га озимої пшениці.

Оскільки, як вже зазначалося раніше, посів кондиційним насінням збільшує врожай на 25%, тому підвищимо також витрати на насіння на 90,42 грн. на 1 га

Таблиця 3.2

Структура проектних виробничих витрат на 1 га посіву
і на 1 ц зернових

Статті витрат та елементи витрат, показники	2018р.			2019р.		
	Витрати, грн.		Питома вага, %	Витрати, грн.		Питома вага, %
	на 1 га	на 1 ц		на 1 га	на 1 ц	
Оплата праці з відрахуваннями	463,48	11,29	19.2	564,71	11,53	20.6
Матеріальні витрати:	1757,07	29,86	72.5	1965,70	38,92	71.7
а) насіння і посадковий матеріал	204,44	3,24	8.4	294,86	4,84	10.8
б) мінеральні добрива	457,42	1,78	18.9	539,01	3,45	19.7
в) нафтопродукти	501,93	9,38	20.7	509,69	7,68	18.6
г) електроенергія	74,52	2,31	3.1	79,16	1,96	2.9
д) паливо	1,99	0,06	0.1	2,44	0,06	0.1
є) запасні частини	121,11	3,76	5.0	124,92	3,10	4.5
ж) роботи та послуги	330,54	7,16	13.6	335,75	5,85	12.2
з) амортизація основних засобів	65,12	2,02	2.7	79,86	1,98	2.9
Інші витрати	200,02	4,11	8.3	209,61	1.65	6.7
Всього витрат	2424,85	53.33	100.0	2739,85	52.10	100.0

Збільшимо також витрати на оплату праці на 101 грн. у розрахунку на 1 га. Інші витрати змінимо лише на декілька гривень.

Таким чином в результаті проведених розрахунків виробничі витрати на 1 га озимої пшениці підвищилося на 12,9% або на 315 грн., а собівартість у 2019 році зменшиться на 2,44% або на 1,08 грн. в порівнянні з 2018 роком.

Однією з важливих умов підвищення економічної ефективності є зниження собівартості зерна, що передбачає збільшення зернової продукції і зменшення затрат праці і виробничих ресурсів на її одиницю.

На прикладі наступної таблиці розглянемо економічну ефективність виробництва озимої пшениці на 2019 рік.

Таблиця 3.3

Економічна ефективність виробництва зернових на перспективу в СТОВ
«Піщане»

Показники	2018р	2019р	2019 до 2018 (+/-)
Посівна площа, га	1035	1035	-
Урожайність, ц/га	42.2	50.4	+8.2
Валовий збір, ц	46855	52164	+5309
Реалізовано продукції, тис. грн.	810.1	3468.9	+2658.8
Витрати на 1 га, грн.	2424.85	2739.85	+315.0
Собівартість 1 ц, грн.	53.33	52.10	-1.23
Ціна 1 ц, грн.	91.43	95.0	+3.57
Отримано прибутку, тис. грн.:	308.7	1570.1	+1261.4
- на 1 га	298.3	1517.0	+1218.7
- на 1 ц	34.8	42.9	+8.1
Рівень рентабельності, %	68.6	80.8	+12.6
Рівень товарності, %	20.0	70.0	+50.0

Нехай у 2019 році площа посіву зернових не змінюється і буде 1035 га. При впровадженні агротехнічних заходів, урожайність зросте на 25,2% і буде 50,4 ц/га. Отже збільшиться валовий збір зерна, він складе 52164 ц, а також збільшиться обсяг реалізованої продукції з 810,1 тис.грн. до 3468,9 тис.грн.

Стрімке збільшення обсягу виручки пояснюється і тим, що ми плануємо підвищити рівень товарності до 70%, в порівнянні з 20% в 2018 році.

Розрахунки таблиці показують, що рівень рентабельності у 2019 році підвищиться в порівнянні з 2018 роком на 12,6 %. Цьому сприятимуть одночасне підвищення прибутку на 1 ц на 23,0 % та зменшення собівартості на 1,23%. Якщо у 2018 році прибуток на 1 ц склав 34,8 грн. при собівартості 1 ц продукції 53,33 грн., то у 2019 році відповідні показники становитимуть 42,9 грн. та 52,1 грн.

Таким чином можна зробити висновок, що у 2019 році економічна ефективність виробництва зернових зросте. А підвищення економічної ефективності дозволить приймати участь даному господарству в формуванні та розвитку зернового ринку в Сумській області, підвищить рівень конкурентоздатності не лише зернової продукції, а і підприємства в цілому.

3.2. Шляхи досягнення конкурентних переваг продукції переробки підприємства

Для підвищення ефективності діючих переробних цехів СТОВ "Піщане" ми пропонуємо організувати розфасовку в упаковку продукції господарства.

ТОВ з 90-х років займається переробкою виробленої в господарстві продукції рослинництва (зерно в борошно, крупи, макаронні вироби та ін.) і тваринництва (м'ясо ВРХ та свиней). Реалізує продукцію переробки господарство на ринку в місті Суми, населенню, дитячим садкам, їдальням та оптовим покупцям.

Однак з урахуванням того, що на ринку в основному реалізується нефасована продукція Сумського виробництва і фасована - Харківського, було вирішено започаткувати фасовку та упаковку сипучих та порошкоподібних продуктів (борошна, круп, макарон) в поліетіленову плівку і придбати для цього

дозатор-упаковщик ДВА-1, при цьому збільшити обсяг виробництва цих продуктів.

Для того, щоб не втратити зв'язки з оптовими споживачами, передбачається фасувати та пакувати біля 20% середньорічного виробництва цієї продукції, а також додатково перероблену продукцію, таким чином планується запакувати 412 т продукції, при цьому борошно буде пакуватись по 2 кг, а крупи та макарони - по 1 кг.

Фінансування придбання обладнання для упаковки буде здійснюватись за рахунок власних коштів, що надійдуть в серпні після реалізації продукції рослинництва. Для цього необхідно 61960 грн., оскільки власних коштів вистачає на покупку обладнання та матеріалів, то потреби в кредиті немає.

Планується пакувати продукцію рівномірно на протязі всього року, при цьому дозатор-упаковщик працюватиме 4 дні по 7 годин на місяць. Обсяги запакованої за місяць продукції складають 34,37т.

Рівень рентабельності в середньому по переробці складатиме 44,75%.

Дослідження ринку

Для забезпечення життєдіяльності, людині необхідно споживати білки, жири, а також різні корисні речовини, що містяться в продуктах харчування. Саме тому людині потрібно вживати різні продукти визначеної (раціональної) кількості. Але пропозиція на ринку, а також матеріальне становище людей призводить до того, що фактичне споживання продуктів харчування на душу населення суттєво відрізняється від раціонального.

Взагалі можна відмітити, що лише хлібопродукти та картопля споживаються у рекомендованому обсязі (оскільки ці продукти харчування відносно дешеві і більшість населення віддає їм перевагу), а решта продуктів присутні в раціоні на 30-70%.

Що стосується хлібопродуктів. То обсяги споживання їх по видам складають:

1. борошно - 93,0 -104,0 кг,
2. крупи та бобові - 9,0 - 13,0 кг,

- рис-2,7-3,8 кг.
- манка - 0,6 - 0,8 кг,
- пшоно-1,1 - 1,7кг,
- гречана крупа -1,6 - 2,7 кг,
- овсяна крупа - 0,4 - 0,7 кг,
- бобові-1,7-2,2 кг,
- інші-0,9-1,1 кг.

Зараз на ринку реалізуються хлібопродукти (крупы, макаронні вироби, борошно) в широкому асортименті як вітчизняного, в тому числі і місцевого виробництва, так і закордонні. Широкий вибір продукції полягає не лише в її асортименті, виробниках та реалізаторах, а й в упаковці. Тобто на ринку реалізують як фасовану по 0,8-1,0 і 2,0 кг так і нефасовану продукцію. При цьому спостерігається загальна тенденція, що продукція, вироблена в Сумській області продається на вагу, а фасована - привозиться з Харкова та інших міст України.

Різниця в ціні на фасовану і нефасовану продукцію складає 1.30-1.80 грн., але, як зазначалося, реалізація розфасованої продукції має багато переваг. Тому встановлення в господарстві дозатора-упаковщика по розфасовці борошна, круп та макаронних виробів в поліетіленові та поліпропіленові пакети по 1-2 кг позитивно вплинуло б як на конкурентоспроможність продукції, так і в цілому покращило фінансові показники ТОВ.

Насамперед відстань до місця реалізації та витрати на транспортування дозволять встановити ціну реалізації дещо нижчу від цін на Харківську продукцію і за рахунок цього привернути увагу покупців.

Споживача може зацікавити продукція не лише вітчизняного, але й місцевого виробника, особливо, якщо на упаковці розмістити деяку інформацію про товариство, про якість продукції та відповідність її певним стандартам, тому що СТОВ "Піщане" досить відоме, і має багато постійних споживачів своєї продукції.

Слід зазначити, що на упаковці Харківської продукції надана інформація лише про упаковщика і зовсім нічого не сказано про виробника - це є суттєвим недоліком такої упаковки.

Тому є очевидним, що встановлення в господарстві дозатора-упаковщика дозволить значно збільшити кількість переробленої продукції за рахунок реалізації частини фасованої продукції оптовим покупцем.

Виробничий план

Для переробки сільськогосподарської продукції господарством було придбано та введено в експлуатацію таке обладнання:

1. Млин Р6 - АВМ - 7 зерна в борошно.
2. Агрегат для приготування гречаної крупи АПК - М - гречки в гречану крупу і січку.
3. Шліфувально-полірувальну машину МШ - 300 М - гороху, пшениці, ячменю в відповідні крупи.

Технологія виробництва круп виглядає таким чином: для отримання, наприклад, гороху шліфованого ДСТУ 6201-68, машиною МИ І - 300 М шліфують горох продовольчий ДСТУ 14721-69 вологістю до 15%. Для шліфування, зернові культури (горох, пшениця, ячмінь) загрузають в бункер шнеком, потім резиновими трубами розподіляють в загрузні бункери шліфувальної машини. Через задвижку зернові попадають всередину шліфувального барабану, в якому є шість шліфувальних кіл СМ 2К5 300x40x127.

При взаємодії шліфувальних кіл та поверхневого шару зернових культур отримують ендосперм, очищений від зародку та оболонки. Кормові відходи, які утворюються в результаті шліфування, відтягуються насосом-вентилятором. Як правило в залежності від виду круп відходи складають до 40%. Аналогічний принцип роботи має і інше обладнання для переробки сільськогосподарської продукції.

Для переробки господарством використовується лише продукція власного виробництва, якість якої відповідає ДСТУ і має відповідну кількість

білків, жирів та вуглеводів, а також певну енергетичну цінність. Тому і продукція переробки своїми якісними характеристиками відповідає ДСТУ і містить певну кількість корисних речовин.

Товариство займається переробкою вже не перший рік і має певних споживачів виробленої продукції, таких як дитячі садки, їдальні - тобто оптові. Тому для збільшення кількості реалізованої продукції та покращення результатів реалізації продукції переробної галузі господарства буде встановлено дозатор-упаковщик для пакування сипучих та порошкоподібних харчових виробів в поліетіленові чи поліпропіленові пакети.

Серед виробників відповідного обладнання відомі як закордонні, так і вітчизняні

1. Російський виробник упаковки для харчової промисловості "КОМУС" м. Москва,

2. Виробник обладнання для фасування та упаковки продуктів м. Волгоград,

3. Черкаський виробник порційних вагів-дозаторів,

4. НВФ "ТОКОМ" - виробник обладнання для фасування та упаковки продуктів в пакети м. Київ та інші.

СТОВ "Піщане" постачальником відповідного обладнання обрало вітчизняного виробника - НВФ "ТОКОМ".

В Україні НВФ "ТОКОМ" знають як відомого виробника і постачальника вагового обладнання та дозаторів для оснащення млинів, елеваторів, комбікормових заводів, хлібокомбінатів та інших підприємств зернопереробної і харчової промисловості. Фірма вийшла зі складу Київського ВО "Веда" у 1995 році і за цей час спеціалісти розробили і освоїли понад 30 видів продукції.

Підприємство, зокрема, розробило низку автоматичних вагових дозаторів, пристроїв для стабілізації та обліку витрат, мікропроцесорних тензометричних вагових установок, автоматичних ліній для сипких та порошкоподібних продуктів і матеріалів.

Широкий асортимент виробляємих дозаторів та упаковщиків, різна межа дозування та продуктивність обладнання дозволяють експлуатувати його на самих різних підприємствах переробної харчової та нехарчової промисловості.

Автоматичне та напівавтоматичне обладнання спрямоване на мінімальне застосування обслуговуючого персоналу, тобто на низький рівень витрат праці, а відповідно і на нижчу собівартість продукції, що буде запакована за допомогою цього обладнання.

Основні технічні характеристики дозаторів та упаковщиків, вироблених фірмою "ТОКОМ" наведені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Основні технічні характеристики дозаторів та упаковщиків

Характеристики	Дозатори						Упаковщики	
	ДВС-30	двп-30	ДВС-50Б	ДВП-50Б	двп-3	ОРЗ-Ц2)	МУФА-1	ДВА-1
Межа дозування, кг	20-50	20-50	20-50	20-50	1-3	—	0,05-1	0,5-2
Найвища продуктивність, т/доб.	20	15	12	9	1,8	0,2-12	40	20
Похибка, %	0,1	0,1	0,25	0,25	1	2	1	1
Електроживлення, В,	220	380	220	380	220	220	220	220
Гц	50	50	50	50	50	50	50	50
Споживана потужність, кВт	0,4	1	0,4	1	0,4	0,2	1,5	0,8
Маса, кг	170	250	190	350	90	50	250	190
Ціна, грн.	16440	16740	14400	13440	15840	9700	29850	18300

З урахуванням продуктивності млина, агрегата для приготування гречаної крупи, шліфувально-полірувальної машини і макаронного цеху, а також призначення необхідного господарству обладнання (дозування та упаковка) було вирішено придбати напівавтоматичний дозатор-упаковщик ДВА-1, виробництва НВФ "ТОКОМ".

Так як СТОВ "Піщане" займається переробкою продукції вже 10 років і відповідно має постійних (оптових) покупців, то для того, щоб не розривати стосунки з ними, планується біля 80% від рівня середньорічного виробництва борошна, макарон і круп не упаковувати в пакети, тому що немає потреби пакувати продукцію у дрібну тару для місць громадського харчування, це необхідно лише роздрібним покупцям. Тому розраховані обсяги виробництва та пакування борошна, макаронних виробів та круп складають відповідно 330,1 т, 1,9т і 80,44т.

Для визначення обсягів упаковки борошна ми враховували наступні показники:

1. прогнозовані обсяги виробництва борошна складають 219,2 т на рік, тобто планується виробництво борошна збільшити за рахунок переробки зерна, яке було реалізовано господарством у натуральному вигляді (у середньому за 5 років), а саме було реалізовано 642 т пшениці, з якої можна було б отримати при виході борошна вищого та 1 гатунку на рівні 72% 462,2 т продукції ($642 * 0,72$). Враховуючи, що в господарстві середньорічне виробництво борошна складає 30 т на рік, то з урахуванням подальшого співробітництва з постійними покупцями продукції господарства та при умові збільшення переробки зерна, загальна кількість продукції дорівнюватиме $462,2 + (30 * 0,20) = 468,2$ т. Так як млин господарства дозволяє отримати 30% борошна вищого гатунку і 42% першого, то відповідно обсяги отриманої продукції складуть 140,46 і 196,64 т.

2. виробляти макаронних виробів планується - 9,4 т на рік, для їх виробництва необхідно використати 7 т борошна вищого гатунку, враховуючи, що по рецептурі виготовлення із 1 кг борошна вихід макарон становить 1,35 кг.

Тому кількість борошна для упаковки становитиме $140,46 - 7 = 133,46$ т борошна вищого гатунку і 196,64 т першого, а макарон, з урахуванням попередніх поставок, $(9,4 * 0,20) = 1,9$ т.

Аналогічно до розрахунку кількості борошна розраховується і кількість круп.

Таблиця 3.5

Розрахунок кількості круп, які будуть упаковані

Вид продукції	Сер.обсяг реалізу сировини,т	Вихід крупи, %	Вихід крупи, т	Вихід відходів, %	Вихід відходів,т	Вир-но в сер. за попер. роки,т	Оптові закупки в сер. за рік,т	Разом до упаковки,т
Гречана крупа	111,7	48	53,6	40	44,7	3,4	2,72	54,28
Гречана січка	111,7	12	13,4	40	44,7	2,2	1,76	13,84
Горохова крупа	17,2	60	10,3	40	6,9	10,1	8,08	12,32

Проаналізувавши ринок і враховуючи пропозиції споживачів, дозування та упаковка продукції буде здійснюватись так:

- борошно - по 2 кг,
- макарони та крупи - по 1 кг.

Тому для упаковки 330,1 т борошна по 2 кг у пакет необхідно запакувати $(330,1/2)*1000=165050$ пакетів, для упаковки макаронних виробів - 1900 і круп -80440 пакетів. Всього пакетів 247 390 шт.

Враховуючи те, що продуктивність дозатора-упаковщика в середньому дорівнює 12 пакетів за хвилину, то для упаковки всієї продукції необхідно $(165050+1900+80440)/12=20616$ хвилин, тобто $20616/60=344$ години роботи обладнання.

Так як робочий день в господарстві триває 7 годин, то дозатор-упаковщик буде експлуатуватися $344/ 7=49$ днів на рік, тобто $49/12=4$ дня на місяць. Тому для обслуговування цього обладнання необхідно залучити 1 працівника, який з понеділка по четвер працюватиме на млині (основна робота), а в п'ятницю -на упаковці продукції.

Беручи до уваги те, що дозатор-упаковщик буде працювати 4 дні на місяць то залишиться час на його технічне обслуговування, а також час, коли можна було б використовувати це обладнання, але, виходячи з власних можливих обсягів виробництва, неможливо збільшити кількість переробленої продукції.

Тому, для збільшення часу роботи дозатора-упаковщика, за умови ефективної його роботи, і для збільшення кількості запакованої продукції є 2 шляхи:

1. збільшити обсяги виробництва у господарстві сільськогосподарської продукції, а саме рослинницької;

2. залучити до співробітництва найближчі господарства, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції.

Організаційний план

Для вдосконалення роботи по виробництву і реалізації продукції переробної галузі, а також для підвищення ефективності від цього виду діяльності господарству доцільно буде придбати напівавтоматичний дозатор-упаковщик ДВА-1 Київської НВФ "ТОКОМ". Він призначений для упаковки сипучих та порошкоподібних харчових та нехарчових виробів в поліетіленові та поліпропіленові пакети, що формуються з рулону відповідної плівки.

Цей дозатор-упаковщик має такі основні технічні характеристики:

-продуктивність-до 15уп./хв.,

-розмір дозування - від 0,5 кг до 2 кг

-ширина/довжина пакету - 90-200 / 80-300 мм,

-потужність - 0,8 кВт.

Обладнання складається з вагового електронного дозатора ДВА - 1 та упаковочного напівавтомата. Дозатор формує порції продукту певної ваги, а упаковочний напівавтомат формує пакет з плівки та запаює його після засипки порції продукту.

Управління виконавчими механізмами установки - електричне. Адаптивний алгоритм роботи електронного вагового дозатора ДВА-1

дозволяє масі формованих доз залишатись без змін навіть коли змінюються умови роботи (зміна напруги, вологості та температури повітря, інтенсивності подачі продукту і т.д.). Електронна система керування вагового дозатора забезпечує облік та реєстрацію результатів фасування: кількість пакетів, загальну вагу розфасованого продукту. Робота установки:

1. По готовності дози оператор натискає важіль упаковщика, при цьому зварюється верхній шов заповненого пакету і виконується його відрізка. Одночасно зварюється нижній та продольний шви нового (пустого) пакету, в який дозатор вигрузить сформовану дозу. Після вигрузки сформованої дози, дозатор автоматично починає формувати наступну дозу продукту.

2. Оператор прибирає повністю заварений пакунок з продуктом і протягує плівку (тобто пакунок з завареним верхнім швом, але вже заповнений порцією продукту).

З урахуванням того, що дозатор-упаковщик буде фасувати сипучі та порошкоподібні продукти, які будуть виготовлятися на млині, крупорушці та в макаронному цеху, а з наступного року планується скоротити обсяги реалізації зерна і використовувати ці переробні підприємства на повну потужність, а також беручи до уваги продуктивність дозатора-упаковщика (15 пак./хв.), розрахований час його експлуатації за рік -49 днів.

Дозатор-упаковщик планується розташувати в приміщенні млина.

Для обслуговування цього обладнання треба залучити 1 працівника.

Оцінка ризиків

Будь-яка бізнесова діяльність об'єктивно пов'язана з ризиком, тобто ймовірною загрозою втрати підприємцем власних ресурсів, зменшення чи втрати очікуваного прибутку, появи додаткових (непередбачених) витрат внаслідок дії певної сукупності чинників.

В процесі реалізації бізнес-плану СТОВ "Піщане" дуже важливо врахувати можливість виникнення кількох критичних ситуацій, котрі можуть негативно вплинути на ефективність проекту. Серед ризиків виділяють такі,

що не залежать від якості господарської діяльності підприємства, тобто які можна передбачати і розробити заходи по їх ліквідації, а також ризики, що не залежать від діяльності господарства, це - інвестиційні, політичні ризики, які неможливо передбачити і певною мірою захиститись.

Але треба враховувати можливість виникнення будь-якого ризику і розробити можливі варіанти по їх нейтралізації. Для цього необхідно оцінити ступінь можливого ризику і побічних результатів, здатних негативно вплинути на економіку фірми, а також опрацювати економічні заходи для запобігання можливим наслідкам ризикованої діяльності.

Види ризиків та заходи для їх ліквідації:

- 1.Ризик появи конкурентів, часткової втрати своєї ніші
 - 1.1. пошук нової ринкової ніші в районах Сумської області;
 - 1.2. запровадження цінової конкуренції;
 - 1.3. здійснення поза вартісних методів ринкової конкуренції.
- 2.Ризик виходу з ладу устаткування та автотранспорту
 - 2.1.готовність терміново скористатися фірм послугами ремонтно-профілактичних робіт
- 3.Ризик втрати майна та грошових коштів через навмисний підпал чи кражу
 - 3.1.страхування майна;
 - 3.2.введення посади охоронця;
 - 3.3.обладнання приміщення засобами пожежогасіння.
- 4.Ризик відключення електроенергії
 - 4.1.можливість закупки дизельного генератора, що дозволить підприємству мати власну електроенергію.

Фінансовий план

Впровадження передбаченого обладнання в експлуатацію буде здійснюватися в серпні 2019 року, тобто після збирання урожаю ранніх зернових культур. В цей період господарство буде реалізовувати вироблену

продукцію і відповідно матиме кошти на закупку обладнання, крім того в цей час почне поступати продукція для переробки і для фасування та упаковки.

Враховуючи вартість обладнання - 18300 грн. та витрати на доставку, установку, навчання працівника роботі на цьому обладнанні, що складає 20% від вартості дозатора-упаковщика, а саме 3660 грн., господарству необхідно заплатити 61960 грн.

Нормативний строк експлуатації упаковщика становить 5 років. Для нарахування амортизації буде застосовуватися прямолінійний метод, тобто витрати будуть розподілятися рівномірно всі 5 років (по 20%).

Витрати на придбання пакувальної плівки складають 0,15 грн. для упаковки по 2 кг і 0,13 грн. для упаковки по 1 кг.

Заробітна плата працівника, що обслуговуватиме обладнання встановлена на рівні 48 грн. за день, а так як працювати він буде 4 дні на місяць, то відповідно оплата праці складе 192 грн. на місяць, з врахуванням відрахувань в фонди соціального страхування, фонд заробітної плати складе 282 грн в місяць, або ж 3.39 тис грн. на рік. В розрахунку на 1 пакет це становитиме 13.7 коп.

Встановлення ціни на одиницю продукції базується на комбінованому методі, тобто вихідна ціна розраховується по витратному способу і коригується з врахуванням ринкових факторів (політики конкурентів, рівня платоспроможного попиту та поведінкових особливостей покупців, еластичності попиту по цінам). Розглянемо порядок формування фінансового результату підприємства.

Таблиця 3.6

Порядок формування фінансового результату підприємства

Показники	Борошно в/г		Борошно 1 гаг.		Крупа гречана		Січка гречана		Крупа горохова		Разом по переробці, тис.грн.
	пак. 2 кг, грн.	всього, т. грн.	пак. 2 кг, грн.	всього, т. грн.	Пак. I кг, грн.	всього, т. грн.	пак. 1 кг, грн.	всього, т. грн.	пак. 1 кг, грн.	всього, т. грн.	
Сировина	5.20	347.0	5.00	491.5	5.60	302.9	3.40	47.0	3.60	44.3	1232.7
Заробітна плата	0.13	0.92	0.13	1.37	0.13	0.75	0.13	0.20	0.13	0.17	3.4
Витрати експлуатації по	0.46	31.02	0.46	45.7	0.19	10.50	0.19	2.68	0.19	2.38	92.8
Амортизація	0.62	41.80	0.62	61.59	0.25	13.69	0.25	3.49	0.10	1.28	122.40
Інші витрати	0.37	24.80	0.37	36.54	0.12	6.62	0.12	1.69	0.11	1.43	71.3
Невиробничі витрати	0.10	6.81	0.10	10.04	0.05	2.93	0.05	0.75	0.05	0.67	21.3
Загальногосподарські витрати	0.05	3.06	0.05	4.51	0.04	2.18	0.04	0.55	0.01	0.04	10.4
Ціна	10.80	720.68	9.40	924.25	6.7	363.08	4.65	64.33	4.95	60.98	2133.3
Собівартість	6.93	462.44	6.73	661.56	6.38	346.31	4.18	57.85	4.19	51.63	1554.3
Прибуток	3.87	258.25	2.67	262.46	0.32	17.37	0.47	6.51	0.76	9.49	579.0
Рівень рентабельності, %	х	55.9	х	39.7	х	5.0	х	11.4	х	18.6	37.3

Таким чином, для реалізації ідеї про встановлення обладнання по упаковці борошна і круп крім обладнання підприємству необхідно на рік 321.6 тис грн. додаткових матеріально-грошових витрат, які за елементами складаються із заробітної плати пакувальника, витрат пов'язаних з експлуатацією обладнання, амортизацією, загальновиробничих витрат. Прибуток від реалізації продукції в роздрібну мережу в розфасованій упаковці складе в цілому 579 тис грн., а рівень рентабельності 37.3%. Найкращий результат буде досягнуто від реалізації борошна як 1-го так і 2-го гатунку, оскільки вартість сировини в кінцевій продукції займає найменшу питому вагу, дещо гірші показники по реалізації крупи горохової, прибуток на 1 пакет складе 0.76 грн, а рівень рентабельності 18.6%.

По крупі гречаній, де вартість гречки, як сировини займає 83.6%, рівень рентабельності дорівнює 5%.

Рівень досягнутого ефекту можна визначити співставивши фінансові результати від реалізації фасованої і нефасованої продукції. Дивлячись на виручку від реалізації можна виділити такі основні моменти її зменшення:

1. Нефасована продукція іде в основному оптовим покупцям, для яких існують певні цінові знижки.
2. Нефасована продукція користується меншим попитом, через що рівень рентабельності при розрахунку кінцевої ціни закладається меншим.

Виробнича собівартість фасованої продукції вища на суму експлуатаційних витрат по утриманню установки, але нефасована має додаткові витрати, пов'язані з реалізацією. Щоб утримати обсяг реалізації при різнонаправленому попиті на продукцію-потрібні додаткові і трудові затрати окремих управлінських служб і фінансові витрати.

Таблиця 3.7

Порівняння економічної ефективності проекту

Показники	Фасована продукція	Нефасована продукція	Відхилення (+/-)
Обсяг реаліз. продукції, тонн	412.44	412.44	-

Продовження таблиці 3.7

Надходження від збуту, тис грн	2133.3	1700.7	+454.0
Виробнича собівартість реалізованої продукції, тис грн в тому числі:	1554.3	1254.0	+321.6
сировина і матеріали	1232.7	1232.7	-
відрядна заробітна плата	3.40	-	+3.4
витрати по експлуатації	92.8	-	+92.8
амортизація	122.4	-	+122.4
Інші матеріальні витрати	71.3	-	+71.3
Інші нематеріальні витрати	21.30	21.30	-
Валовий прибуток, тис грн	579.0	425.3	+132.4
Адміністративні і інші невиробничі витрати	10.40	42.4	-32.0
Повна собівартість реалізованої продукції	1564.7	1296.4	+289.6
Прибуток, тис грн	568.6	404.3	+164.4
Рівень рентабельності діяльності, %	36.3	31.7	+4.6
Капітальні витрати на освоєння проекту, тис грн.			61.9
Коефіцієнт абсолютної ефективності капітальних вкладень			51.1
Термін окупності капітальних вкладень, днів			137

Відповідно проведеного аналізу можна зробити висновки, що на ринку реалізуються хлібопродукти в широкому асортименті, а широкий вибір продукції полягає не лише в її асортименті, виробниках та реалізаторах, а й в упаковці. При цьому, спостерігається, що продукція, яка вироблена в Сумській області реалізується на ринку в нефасованому вигляді.

Тому встановлення в господарстві дозатора-упаковщика по розфасовці хлібопродуктів (круп, макаронні вироби, борошно) було б успішним для СТОВ «Піщане», а також покращила б його фінансові показники і ефективність галузі переробки.

Для обслуговування цього обладнання треба залучити лише одного працівника, який буде працювати 49 днів на рік. Витрати на оплату праці складатимуть 3,4 тисяч гривень. Витрати на виробництво продукції зернопродуктів складатимуть 1564,7 тисяч гривень за рік. В той час, як прибуток підприємства складатиме 568,6 тисяч гривень за рік. Рівень рентабельності в середньому складатиме 36,3%. Тому розфасовка та упаковка продукції є прибутковою.

Впровадження передбаченого обладнання в експлуатацію буде здійснюватися в серпні 2019 року, тобто після збирання урожаю ранніх зернових культур. В цей період господарство матиме кошти в зв'язку з реалізацією виробленої продукції і буде в змозі самостійно закупити обладнання, без допомоги кредиторів, що є позитивним для господарства.

Отже, досліджуване господарство має всі відповідні умови для застосування дозатора-упаковщика ДВА-1. Приведені розрахунки в розробці даного дослідження свідчать про результати переробної діяльності господарства і виражають витрати підприємства на впровадження проекту та його віддачу, тобто ефективність.

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність, - як соціально-економічна категорія - це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. У багатогранній практичній діяльності по досягненню конкурентоспроможності акценти повинні бути розставлені слідуєчим чином:

- 1) конкурентоспроможність персоналу;
- 2) конкурентоспроможність підприємства;
- 3) конкурентоспроможність продукції (одержана як похідна перших двох).

Зрозуміло, що вся робота повинна проводитися паралельно, енергійно, відповідними службами, але пріоритет повинен належати персоналу.

В багатогранній роботі по досягненню конкурентоспроможності важливе місце належить показникам, які повинні характеризувати та давати змогу оцінювати конкурентоспроможність того чи іншого об'єкту.

Як показало проведене дослідження, нараховується близько 10 різноманітних параметрів, які повинні знаходитися в полі зору керівництва підприємства, як найважливіші об'єкти управління. Разом з тим, задаючись параметрами конкурентоспроможності для того або іншого об'єкту, необхідно постійно турбуватися про створення належних умов, які забезпечують досягнення потрібних параметрів конкурентоспроможності.

Умови (обставини, від яких будь-що залежить) виступають, таким чином, другою основоположною складовою категорією конкурентоспроможності. Вони охоплюють широкий спектр технічних, технологічних, організаційних, економічних, соціальних, кадрових, правових, ідеологічних відносин, які складаються в процесі функціонування господарського механізму підприємства. Створення всіх необхідних умов

для досягнення конкурентоспроможності об'єктів - первинна турбота керівництва і всього персоналу підприємства.

З проведеного фінансово-економічного та технічного аналізу маємо, що підприємство (об'єкт аналізу) в цілому конкурентоспроможне.

При написанні роботи нами були виконані основні сформульовані завдання досліджуваної проблеми.

В результаті вивчення теоретичних аспектів було виявлено, що конкурентоспроможність підприємства в період становлення ринкових відносин є особливо важливим показником, тому що її підвищення забезпечує найбільш високу покупну спроможність виробів харчової промисловості.

Прямуючи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей підприємство повинно забезпечувати собі технічну та економічну ефективність.

Іншими словами, воно повинно знайти спосіб оптимального сполучення технічної та економічної ефективності для забезпечення найкращих умов пропозиції.

В результаті ретельно проведеного аналізу виробничої та фінансової діяльності підприємства можна зробити висновок, що загальне та фінансове положення підприємства є стабільним і стійким, є можливість самофінансування.

Впровадження запропонованих заходів в комплексність і надасть можливість підвищити конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому, та зміцнити його становище серед конкурентів на ринку харчової промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України //Урядовий кур'єр. - 1996. - №129-130. - с. 5-10.
2. Господарський кодекс від 18.09.2008
3. Азарян О.М. Маркетинг кондитерських товарів в Україні. Донецьк.: 2007. - 354с.
4. Азоєв Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика. М.: 2006.- 209с.
5. Альперин Л. Что нужно для успешной конкуренции с зарубежными фирмами. «Стандарты и качество». №2, 2007. с 12-16
6. Белоус О.П., Панченко Е.Г. Менеджмент: конкурентоспособность и эффективность. К., «Знание Украины», 2006., 40с.
7. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент в організації: Навч. посіб, для студ. Екон. Спец. Вузів. - К.»КОНДОР» - 2007. - 192с.
8. Ганс А и др. Конкурентоспособность глобальных предприятий\\ Проблемы теории и практики управления.- 2005.-№3-с.96-104
9. Герасимчук В.И. Развитие підприємства. Діагностика, стратегія, ефективність. К., 2005 р., 268 с.
10. Герчикова И.Н. Менеджмент : Учебник .- М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 2004. 685 с. : ил.
11. Герхард Шварц «Мягкие составляющие конкурентоспособности».\|Проблемы теории и практики управления.- 2005.- №4. - с. 96-100
12. Дикань В.Л. Управління якістю як фактор конкурентоспособності підприємств\| Економіка України.- 2006.- №1.- с.43-48
13. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия. Х.: Основа, 2005. - 291с.
14. Економіка підприємств : Підручник .- В 2т. \ За ред. С.Ф.Покропивного, - К.: Вод-во «Хвиля - Прес», Донецьк : Мале підприємство «Поиск» . Т-во Кноглолюбів, 2005 - 400 с.
15. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг\| Рос. экон. журнал.- 2005.- №12. - с. 50-56
16. Істірян Г.П. Конкурентоздатність: методика вимірювання та оцінки \| Легка промисловість. - 2007.- №4.- с. 1214
17. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность продукции. Теоретико-методологический аспект. Кременчуг.: 2004. - 167с.
18. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. Х.: 2007. - 221с.
19. Игольников Г., Патрушева Е. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства\| Рос. экон. журнал, -2005.- №11.- с.108-112
20. Кочкин С.М. Что мешает конкурентоспособности отечественных товаров\| Патенты и лицензии.- 2005.- №4.- с. 3-4

- 21.Кредісов А. Чи конкурентноспроможні наші товари? (Про економіку України) // Політика і час.- 2004- №8- с. 37-41
- 22.Курбатков К.Є. Маркетинг і організаційно-економічні умови розвитку збутової діяльності в ринкових умовах. Х.: 2006.
- 23.Маршалкин Г.А. Производство кондитерских изделий. М.: Колос. 2004. - 291с.
- 24.Мочерний С.В. та ін. Основи економічної теорії. / За ред. С.В. Мочерного. К.: «Академія», 1997. - 378с.
- 25.Нємцов В.Д., Довгань Л.Є., Сініок Г.Ф. Менеджмент організацій: - К: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2007. - 324с.
- 26.Поліщук В.М. Управління конкурентоздатністю виробництва в галузях АПК. К.: 2007. - 209с.
- 27.Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. / А. Олійник. К.: 2006. - 225с.
- 28.Румянцева З.П. Менеджмент організації: -М.: ИНФРА.- 2005. - 179с.
- 29.Фитхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. «Бизнес-школа».: 2005. - 273с.
- 30.Швец В.Я. Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии. Л., 2000. - 311с.
- 31.Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. М.: 2006. - 227с.
- 32.Юданов А.Ю. Фирма и рынок. М.: Знание, 1990.
- 33.Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 375 с.
- 34.Менеджмент организации. Учебное пособие. Румянцева З.П., Саломатин Н.А., Акбердин Р.З. и др.- М.: ИНФРА-М, 2006.- 456 с.
- 35.Мерсер. Д. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира, Пер. с англ.- М.: Прогресс, 2001.- 456с.
- 36.Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ.- М.: Дало, 2002.
- 37.Новая технология и организационные структуры: Сокр. пер. с англ. / Под ред. И. Пиннинга и А. Бьюитандама. - М.: Экономика, 2005.- 269 с.
- 38.Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): Пер. с англ.- М.: Прогресс, 1986.- 418 с.
- 39.Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ.: М.: Изд. Прогресс, 2005. - 308с.
- 40.Совместные предприятия в практике международных экономических отношений /Е.Г. Бургучева и др. - М.: Внешторгиздат, 2000. - 119 с.
- 41.Степаненко А.С. Венчурне фінансування інвестицій і перспективи його використання в Україні //Фінанси України. - 2007. - №3. - с.47.
- 42.Тарнавська Н. П., Пушкар М. Р. Менеджмент: теорія та практика: Підручник для вузів.- Тернопіль: Карт-Бланш, 2007.- 456 с.
- 43.Теория и практика антикризисного управления / Под ред. С. Х. Беяева, В. И. Кошкина. М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2006.

44. Фалмер Р. Энциклопедия современного управления (в пяти томах). Т. 1.- М.: ВИПКЭнерго, 2002. - 168 с.
45. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник- Под ред. Е. С. Стояновой.- М.: Перспектива, 2006. - 251с.
46. Хентце Й. Основные идеи стратегического менеджмента // Проблемы теории и практики управления.- 1989.- №2.- с. 34-38.
47. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. Посібник. - КНЕУ, 1999. - 384 с.
48. Экономическая стратегия фирмы: учебное пособие / Под ред. А.П. Градова.- Санкт-Петербург:Специальная литература, 2005.- 414с.
49. Гармонизация социально-экономического развития как магистральное направление повышения конкурентоспособности современного государства / под.ред. Емельянова С.Г., Минаковой И.В. – Орёл: АПЛИТ, 2011. – 344 с.
50. Мішенін Є.В. Еколого-економічна безпека аграрного землекористування: концептуальні орієнтири та організаційні механізми /Є.В. Мішенін, І.Є.Ярова, О.М.Дутченко// Збалансоване природокористування. – 2017. - №2.- С.145-151.
51. Мішенін Є.В. Стале землекористування у контексті забезпечення продовольчої безпеки: національні та глобальні аспекти / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, І.Є. Ярова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». 2015.- № 4 (63) – С. 8-14.
52. Ярова І.Є. Інституційні та еколого-економічні засади розвитку природогосподарського підприємництва / І.Є. Ярова, Н.В. Мішеніна, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна // Збалансоване природокористування.-2016.-№ 1 – С. 21-29.
53. Дутченко О.М. Інтегровані бізнес-підприємницькі структури кластерного типу в системі конкурентоспроможного розвитку регіону / Дутченко О.М., Мішеніна Н.В., Мішеніна Г.А. // Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки: монографія / [Л. В. Кривенко, Є. В. Мішенін, М. І. Макаренко та ін.] / за заг. ред. д-ра екон. наук Л.В. Кривенко. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – С. 149-169.
54. Mishenin, Ye.V, Yarova, I.Ye., Dutchenko, O.M., Mishenina, N.V. Conceptually-innovative directions and organizational mechanism for providing the environmental and economic safety of agrarian nature management/ National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics V. Omelyanenko, Ph.D in Technical Sciences, Assoc. Prof. Yu. Ossik. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2018 – P. 242-249
55. Мішенін Є.В. Соціально-економічна ефективність розвитку екологічно чистих виробництв в агропромисловій сфері України / Є.В. Мішенін, О.М. Дутченко, Г.А. Мішеніна// Вісник Сумського

- національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». - 2017. - № 12 (74) – С. 147-151
56. Бурлакова, І. М. Еколого-економічний потенціал використання біогазових технологій у сільському господарстві [Текст] / І. М. Бурлакова, О. В. Кубатко, Є. І. Зябіна // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2013. – № 4. – С. 19–25.
57. Дерев'янку Ю. М. Соціальна та солідарна економіка: поняття та сутність, досвід та перспективи / Ю. М. Дерев'янку, Л. Г. Мельник, О. В. Кубатко // Mechanism of Economic Regulation. - 2014. - № 3. - С. 89-98. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_3_12
58. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. (<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>)
59. Економіка підприємства: Підручник / За ред. Л. Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2004. – 630 с.
60. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с
61. Карінцева О. І. Науково-методичний підхід до оцінювання екологічного ризику різних видів економічної діяльності // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 3. С. 378–388. (Web of Scince) <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.3-35>
62. Карінцева О. І. Реструктуризація національної економіки України в умовах сталого розвитку: Монографія. Суми: Університетська книга, 2018. 349 с. <http://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=SuSDU.BibRecord.722817>
63. Карінцева О. І. Структура національної економіки в контексті концепції сталого розвитку [Електронний ресурс] // Економіка: реалії часу. 2018. № 1 (35). С. 71-78. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No1/71.pdf>
64. Карінцева О. І. Оптимальна структура національної економіки, як запорука стійкого розвитку держави // Проблеми економіки. 2018. № 1 (35). С. 62-68. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2018-1_0-pages-62_68.pdf
65. Кубатко О. В. Інвестування в людський капітал як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства / О. В. Кубатко, Ж. С. Пронікова // Механізм регулювання економіки. — 2013. — № 3. — С. 92–99.
66. Кубатко О. В. Особливості підходів «сильної та слабкої сталості» як напрямі в екологобалансованого розвитку регіонів / О. В. Кубатко // Економіка і держава. – 2009. – № 12. – С. 67 – 70 .
67. Кубатко О. В. Економіка ЄС та Україна: потенціал торгової співпраці та розвитку / О. В. Кубатко, Т. В. Пімоненко. – Суми : ПФ «Видавництво «Університетська книга», 2019. – 160 с.

68. Кубатко О. В. Інноваційний розвиток підприємств в умовах економічної нестабільності / О. В. Кубатко, Ю. О. Омеляненко // Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 2. – С. 54–60
69. Кубатко О. В. Основи європейської економіки та торгової політики: навчальний посібник / О. В. Кубатко, Т. В. Пімоненко. – Суми : ПФ «Видавництво «Університетська книга», 2019. – 80 с.
70. Кубатко О.В. Діяльність підприємства у світлі синергетики/ Л.Г. Мельник, О.В. Кубатко // Вісник Сумського державного університету. Серія: економіка. – 2005. – №10 (82). – С. 117–124.
71. Кубатко О.В. Екологічні інновації як джерело флуктуацій енергоефективного розвитку національної економіки. /О.В. Кубатко //Маркетинг та менеджмент інновацій – 2016. – № 4 С. – 365 - 376.
72. Кубатко О.В., Акуленко В.Л., Іскаков А.А. Розвиток виробничого потенціалу машинобудівних підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища /О.В. Кубатко, А.А. Іскаков //Механізм регулювання економіки. – 2015. – № 3. С. 43-51.
73. Мельник Л.Г., Кубатко А. В. Научный подход к определению экологического следа, как индикатора устойчивого развития на уровне региональных экономик . Механізм регулювання економіки. 2009, №1, С. 194–202.
74. Мельник Л.Г. “Зелена” енергетика як провідна ланка “зеленої” економіки: досвід Європейського Союзу / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, І.Б. Дегтярьова // Енергоефективність та енергозбереження: економічний, техніко-технологічний та екологічний аспекти: колективна монографія / за заг. ред. П.М. Макаренка, О.В. Калініченка, В.І. Аранчій. - Полтава: ПП "Астра", 2019. - С. 85-91. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74057>
75. Методи оцінки екологічних втрат : монографія / За ред. Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева. - Суми, 2004. - 288 с.
76. Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>
77. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>
78. Проривні технології в економіці і бізнесі (досвід ЄС та практика України у світлі III, IV і V промислових революцій) [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Л. Г. Мельник, Б. Л. Ковальов, Ю. М. Завдов’єва та ін.; за ред. Л. Г. Мельника та Б. Л. Ковальова. – Суми : СумДУ, 2020. – 180с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>
79. Тарасенко С.В., Харченко М.О. Практичні аспекти екологоорієнтованого розвитку підприємств на основі формування нематеріальних активів (мова оригіналу - українська) [Текст] / С.В.

- Тарасенко, М.О. Харченко // Механізм регулювання економіки. — 2009. — № 4, Т. 1. — С. 241-244. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3539>
80. Харченко, М. О. Наукові основи обґрунтування підвищення еколого-економічної ефективності економічних систем [Текст] : автореферат... канд. екон. наук, спец.: 08.00.06 - економіка природокористування та охорони навколишнього середовища / М. О. Харченко. - Суми : Сумський державний університет, 2008. - 20 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/327>
81. Харченко М.О., Карінцева О.І., Тарасенко С.В., Дяченко А.В. Промислова політика як фактор у системі управління економічною безпекою регіону з позиції формування екологічних бар'єрів // Управління інноваційною складовою економічної безпеки : монографія у 4-х томах / за ред. д.е.н., професора Прокопенко О.В. (гол. ред.), к.е.н., доцента Школи В.Ю., к.е.н. Щербаченко В.О. Суми: ТОВ «Триторія», 2017. Т. II. С. 229-240 <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66707>
82. Харченко М.О., Карінцева О.І., Тарасенко С.В. Економічна основа векторів дематеріалізації та енергоефективності в процесах розвитку економіки // Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки: монографія; за заг. ред. Доктора екон.наук, проф. І. М.Сотник. Суми: Університетська книга, 2016. С. 33-38 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>
83. Харченко М.О., Тарасенко С.В., Дяченко А.В., Юрко Р.Ю. Особливості розвитку ринків в 21 сторіччі: тенденції світу та України // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2017. № 4. С. 115-120. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68375> 10.21272/1817-9215.2017.4-19
84. Харченко М.О., Карінцева О.І., Панченко А.А. Теоретичні підходи до визначення поняття “структура національної економіки” // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2017. № 3. С. 146--154. https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/media/attachments/2020/03/04/_3_2017.pdf
85. Харченко М.О. Управління витратами у системі стратегій "контролю" та "ризиків" суб'єкта господарювання [Текст] / О.І. Карінцева, М.О. Харченко, С.В. Тарасенко // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 4. – С. 1-12. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/66359>
86. Харченко М.О. Ефективність використання лізингу в сучасних умовах [Текст] / О.І. Карінцева, М.О. Харченко, С.О. Кальченко // Механізм регулювання економіки. - 2016. - № 3. - С. 97-106. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/4959>
87. Харченко М.О., Пономарьова Г.С. Формування ціни в умовах ризику та невизначеності// Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих

- вчених імені професора Балацького О. Ф. "Економічні проблеми сталого розвитку" / за заг. ред.: Т.А. Васильєвої, О.В. Шкарупи – Суми: Сумський державний університет, 2019. – С.187-188
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/75222>
88. Харченко М.О., Карінцева О.І., Кальченко С.О. Науково-методичні засади використання лізингу як способу формування капіталу в підприємстві // Економічні проблеми сталого розвитку [Текст]: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених "Економічні проблеми сталого розвитку", присвяченої пам'яті професора Олега Балацького (м. Суми, 23–27 квітня 2018 р.) / за заг. ред. Т.А. Васильєвої, Г.О. Швіндіної. - Суми: СумДУ, 2018 – Ст. 29-32
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70420>
89. Харченко М. О. Передумови формування інноваційної економіки [Текст] / М. О. Харченко, В.В. Гаврилова // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих, присвяченої 80-річчю від дня народження професора Олега Балацького, м. Суми, 21-25 квітня 2017 р. / за заг. ред.: Т.А. Васильєвої, Г.О. Швіндіної. – Суми: СумДУ, 2017. – С. 73-75. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/64313>
90. Харченко М. О. Управління витратами як спосіб оптимізації виробництва [Текст] / М. О. Харченко, О.Ю. Семенко // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих, присвяченої 80-річчю від дня народження професора Олега Балацького, м. Суми, 21-25 квітня 2017 р. / за заг. ред.: Т.А. Васильєвої, Г.О. Швіндіної. – Суми: СумДУ, 2017. – С. 75-76.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/6430>
91. Харченко М. О., Дегтярьова І.Б. Стратегія підприємства: Конспект лекцій для студ. спец. 076 "Підприємство, торгівля та біржова діяльність" денної та заочної форм навчання. – Суми : СумДУ, 2016. – 80 с.
92. Чорток, Ю.В. Еколого-економічний механізм управління логістичною системою торговельно-підприємства (+Авторизований доступ) [Текст] : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / Ю.В. Чорток. - Суми :СумДУ, 2010. - 210 с.
<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/15824>
93. Чорток, Ю.В. Екологічна стратегія логістичної діяльності / Ю. В. Чорток // Регіональний збірник наукових праць з економіки: «Прометей» / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ДЕГІ, 2007. – – Вип. №2 (23). – С. 226-229
94. Чорток, Ю.В. Логістичні стратегії та логістичні процеси на торговельних підприємствах [Текст] / Ю.В. Чорток, А.В. Євдокимов, А.О. Родимченко // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський

- науково-виробничий журнал / ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва» ПП «Інститут економіки і технологій підприємства». – 2012. – Вип. 1 (11). – С. 246-249.
95. Чорток, Ю.В. Теоретические подходы к эколого-экономическому обоснованию дематериализации экономики [Текст] / Ю.В. Чорток, А.С. Гончаренко // Внешнеэкономическая деятельность и обеспечение экономической безопасности. - №1(2). – 2013. – С. 82-86. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/33966>
96. Экономика и бизнес: учебник / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, д.э.н., доц. А. И. Каринцевой. – Сумы : Университетская книга, 2018. – 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80201>
97. Dehtyarova, I. V.; Kubatko, O. V. (2013) Green economy and sustainable development: the vision of economists. Mechanism of Economic Regulation, N. 2, p. 106-112
98. Nakobyan, N., Khachatryan, A., Vardanyan, N., Chortok, Y., & Starchenko, L. (2019). The Implementation of Corporate Social and Environmental Responsibility Practices into Competitive Strategy of the Company. Marketing and Management of Innovations, 2, 42-51. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.2-04>
99. Karintseva O.I. Scientific and methodological approach to the evaluation of the potential of types of economic activities // Економіка і регіон. 2018. № 1 (68). С. 110-117. <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/1022/855>
100. Karintseva O.I. Theoretical base of Ukrainian economic structure // Механізм регулювання економіки. 2017. № 4. С. 183-191. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68721>
101. Karintseva O., Hens, L., Shkarupa O., Kharchenko M. Integral assessment of national economy sustainable development // International Journal of Environmental Technology and Management, 2018 Vol.21 No.5/6, pp.306 – 318. (SCOPUS) <https://dx.doi.org/10.1504/IJETM.2018.100588>
102. Kharchenko M.O., Shkarupa O.V. Integrated assessment of environmental costs of national economy: A case study // International Journal of Ecological Economics and Statistics Volume 38, Issue 3, 2017, Pages 43-50. (SCOPUS) <http://ceser.in/ceserp/index.php/ijeess/article/view/4965>
103. Kharchenko M., Karintseva A., Shkarupa O. Economic Restructuring of Ukraine National Economy on the Base of EU Experience // Reducing Inequalities Towards Sustainable Development Goals: Multilevel Approach / Edited by Medani P. Bhandari and Shvindina Hanna. River Publishers, 2019. 298 p. P. 161-184. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/78918>
104. Kharchenko M.O. Economic and Social Challenges of Disruptive Technologies in Conditions of Industries 4.0 and 5.0: the EU Experience [Текст] / L. Melnyk, I. Dehtyarova, O. Kubatko, M. Kharchenko // Механізм регулювання економіки. - 2019. - №4. - С. 32-42.

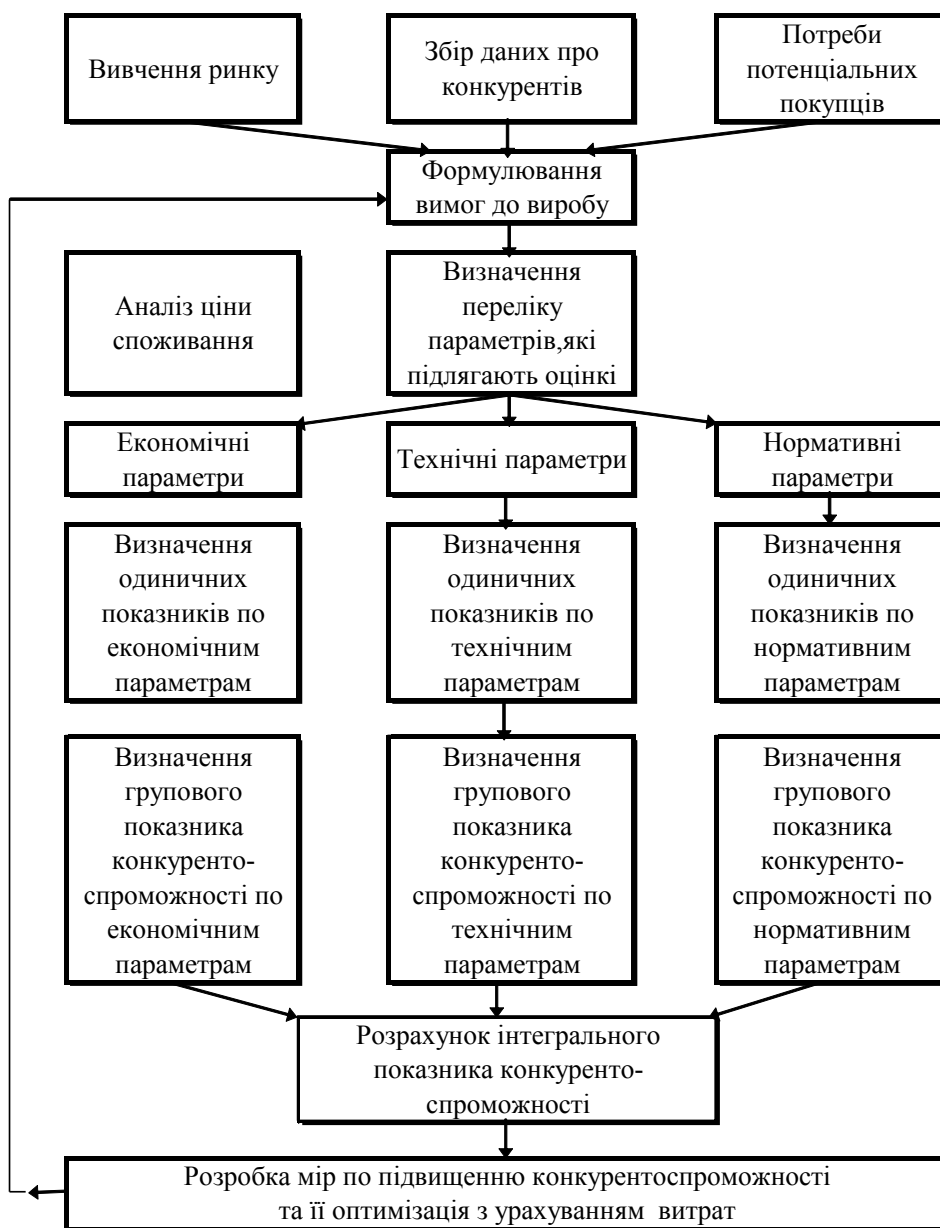
105. Kharchenko M.O. Prerequisites for the industrial policy formation of the country in conditions of transition to the sixth technology revolution [Internet source] / O.I. Karintseva, A.V. Dyachenko, S.V. Tarasenko, M.O. Kharchenko // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. - 2018. - № 4. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77646>
106. Kharchenko M., Kozlova D. The Importance of Cost Classification as a Main Process of Cost Accounting // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених імені професора Балацького О. Ф. "Економічні проблеми сталого розвитку" / за заг. ред.: Т.А. Васильєвої, О.В. Шкарупи – Суми: Сумський державний університет, 2019. – С.183-184 <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/75222>
107. Kharchenko M., Kovalov Y., Solovyova M. Management of investment attractiveness of the enterprise // STABICONsystems – 2018: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (26 – 28 квітня 2018 р., м. Суми). Ст. 115-117
108. Kubatko O.V. Tolok T. S., Edefejimue H. O. Almashaqbeh Ismail Y. A., Investments in Renewable Energy for Smart Grid Technology Development. Механізм регулювання економіки. – 2019. - № 2. – С. 97 - 105 http://mer.fem.sumdu.edu.ua/index.php?cmd=view_article&article_id=562&issue_id=41
109. Melnyk L., Kubatko O. The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption/ International economic relations and sustainable development : monograph. / edited by Dr. Of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2017. – 272 p
110. Melnyk Leonid, **Iryna Dehtyarova**, Kubatko O.V. (2019) Sustainable Development Strategies in Conditions of the 4th Industrial Revolution: The EU Experience River Publishers Series in Chemical, Environmental, and Energy Engineering Reducing Inequalities Towards Sustainable Development Goals: Multilevel Approach. Editors: Medani P. Bhandari, Akamai University, Hawaii, USA; Sumy State University, Ukraine. Shvindina Hanna, Sumy State University, Ukraine. ISBN: 9788770221269. e-ISBN: 9788770221252. Pp. 243-258
111. Chortok, Yulija; Yevdokymova, Alona; Serpeninova, Yuliya Journal of Environmental Management and Tourism Volume IX, Issue 5 (29) (2018). – P. 1011-1018 DOI: [https://doi.org/10.14505//jemt.9.5\(29\).13](https://doi.org/10.14505//jemt.9.5(29).13)

Додаток 1

Характеристика моделей конкуренції

Модель конкуренції	Ознаки моделі
Досконала конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> - наявність великої кількості економічних агентів, продавців і покупців; - однорідність продаваної продукції; - жоден з продавців чи покупців не в змозі вплинути на ринкову ціну; - вільний вхід на ринок і вихід з нього; - максимальна інформованість продавців і покупців про товари і ціни
Недосконала конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> - ситуація на ринку, на якому не дотримується хоча б одна з ознак досконалої конкуренції; - характеристика ринку, де два чи більше продавців, маючи певний (обмежений) контроль над ціною, конкурують між собою за продаж; - ринки, на яких або покупці, або продавці враховують свою здатність впливати на ринкову ціну
Чиста конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> - наявність великої кількості економічних агентів, продавців і покупців; - однорідність продаваної продукції; - жоден з продавців чи покупців не в змозі вплинути на ринкову ціну
Працююча конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> - найбільша фірма робить незначний обсяг продажу (закупівель) усього ринку; - високий ступінь мобільності ресурсів між ринками; - відсутність чи незначна величина необоротних витрат (постійних витрат організації виробництва); - наявність потенційних конкурентів
Монополістична конкуренція*	<ul style="list-style-type: none"> - наявність великої кількості покупців і продавців; - виробництво і продаж диференційованого продукту; - відсутність близьких замінників товару; - відсутність бар'єрів входу і виходу; - наявність незавантажених потужностей
Олігополій конкуренція*	<ul style="list-style-type: none"> - невелика кількість продавців (покупців) товару; - продавці (покупці) є великими економічними агентами; - існують значні бар'єри входу і виходу; - прибуток економічних агентів у довгостроковому періоді відмінний від нуля; - товар може бути як диференційованим, так і однорідним
Олігополійна конкуренція з домінуючою фірмою*	<ul style="list-style-type: none"> - наявність домінуючої фірми-агента, що продає чи купує значну частку сукупного обсягу ринку і здатний на стратегічне поведіння; - наявність великої кількості фірм-аутсайдерів, невеликих за розміром фірм, що випускають такий самий або близький товар, але не здатних вплинути на ринкову ціну; - наявність бар'єрів входу і виходу
Чиста монополійна конкуренція*	<ul style="list-style-type: none"> - наявність одного виробника (покупця); - відсутність близьких замінників товару; - наявність високих бар'єрів входу (як правило, штучного характеру)
Природна монополійна конкуренція*	<ul style="list-style-type: none"> - позитивний ефект масштабу в довгостроковому періоді, що пояснюється технологічними причинами; - наявність однієї (двох) прибуткових (великих) фірм у галузі; - можливе існування й інших фірм, які, однак, будуть збитковими в довгостроковому періоді; - нерегульоване прибуткове ціноутворення великих фірм вище граничних і середніх витрат; - збиткове граничне ціноутворення

*3 точки зору моделі ринку.



Загальна схема оцінки конкурентоспроможності