

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
ІМЕНІ С. З. ГЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітній ступінь «Магістр»

**на тему: ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Виконав: студент 2-го курсу, групи Ек-61
спеціальності 051 «Економіка»

Федечко Марко Васильович

Керівник: к.е.н., доцент Березівський З.П.

Рецензент: _____
(Прізвище та ініціали)

Львів 2025

Міністерство освіти та науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С. З. Гжицького
 Факультет управління, економіки та права
 Кафедра економіки

Освітній ступінь «Магістр»
Спеціальність 051 «Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Завідувач
 кафедри економіки
 (назва кафедри)

(підпис)
 К.е.н., доцент Сиротюк Г.В.
 (прізвище, ім'я, по батькові)
 14 березня 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Федечко Марку Васильовичу
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
 ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
 ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
 керівник проекту (роботи) **Березівський Зіновій Петрович, к.е.н., доцент,**
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
 затверджені наказом ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького №194-4 від 14.03.2025р.
2. Строк подання студентом проекту (роботи) до 05 грудня 2025 року
3. Вихідні дані до роботи статистична звітність сільськогосподарських підприємств Львівської області, наукові праці вітчизняних та іноземних вчених, нормативно-правові акти України
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
 1. **Теоретичні основи підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва**
 - 1.1. Економічна сутність та значення конкурентоспроможності
 - 1.2. Критерії та фактори конкурентоспроможності продукції
 - 1.3. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності продукції
 2. **Аналіз конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області**
 - 2.1. Аналіз посівних площ зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області
 - 2.2. Динаміка показників вирощування зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

2.3.Оцінка конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області

3.1.Конкурентна стратегія сільськогосподарського підприємства як основа підвищення конкурентоспроможності

3.2.Механізм системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства

3.3.Шляхи підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами

5. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці

6. Дата видачі завдання 14 березня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів роботи
1.	Отримання завдання. Вивчення рекомендованої літератури по темі КР. Написання аналітичного огляду. Вивчення об'єкту. Аналіз існуючого стану (складання програми; написання пояснювальної записки; підготовка картографічних матеріалів для КР).	березень-липень 2025 р.
2.	Розробка перспективного рішення та його обґрунтування (написання перспективної частини; виготовлення планової основи для основного варіанту роботи).	серпень-вересень 2025 р.
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації роботи. Написання економічної частини роботи; висновків і пропозицій з реалізації роботи; кінцеве редагування пояснювальної записки; оформлення кінцевого варіанту роботи та інших графічних матеріалів, які представляються до захисту в ЕК).	жовтень 2025 р
4.	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи (здача пояснювальної записки керівнику КР; виправлення його зауважень; здача КР на рецензування; кінцеве оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	листопад 2025 р.
5.	Підготовка до захисту в ЕК. Пробний захист на випускній кафедрі (написання доповіді й погодження її з керівником КР; виправлення зауважень у графічній частині).	грудень 2025 р.

Студент

(підпис)

Федечко М. В.

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

Березівський З.П.

(прізвище та ініціали)

З М І С Т

ВСТУП	7
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА	10
1.1. Економічна сутність та значення конкурентоспроможності	10
1.2. Критерії та фактори конкурентоспроможності продукції	17
1.3. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності продукції	27
2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	32
2.1. Аналіз посівних площ зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області	32
2.2. Динаміка показників вирощування зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області	35
2.3. Оцінка конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами Львівської області	40
3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	46
3.1. Конкурентна стратегія сільськогосподарського підприємства як основа підвищення конкурентоспроможності	46
3.2. Механізм системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства	54
3.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами	58
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	65
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	72

УДК 631.162:339.137.2(477.83)

Кваліфікаційна робота: 75 с. текст. част., 7 рис., 13 таблиць, 40 позицій літературних джерел.

«Підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області». Федечко М. В. Кваліфікаційна робота. Кафедра економіки. Львів, ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького, 2025.

Текстова частина охоплює вступ, три розділи, висновки і пропозиції, бібліографічний список.

В першому розділі викладено результати теоретичних досліджень формування конкурентоспроможності зерновиробництва, її чинників та критеріїв. В другому розділі кваліфікаційної роботи проведено аналіз конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області за 2022 – 2024 роки та встановлено тенденції виробництва продукції рослинництва. В третьому розділі обґрунтовано шляхи та параметри подальшого підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва. Окрема увага приділена обґрунтуванню перспективних шляхів підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами.

За результатами проведеного дослідження підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області зроблено висновки та пропозиції.

Анотація

Федечко М. В. Підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області. Кваліфікаційна робота. Кафедра економіки. Львів, ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького, 2025.

Обґрунтовано теоретичні та методичні основи дослідження суті конкурентоспроможності зерновиробництва. Здійснено аналіз конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області та окреслено шляхи її підвищення на перспективу. Розроблено механізм системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, зерновиробництво, аграрне підприємство, ефективність, інновації, ринок зерна, Львівська область.

Annotation

Fedechko M. V. Increasing the competitiveness of grain production in agricultural enterprises of Lviv region. Qualification work. Department of Economics. Lviv, Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies of Lviv, 2025.

The theoretical and methodological foundations of the study of the essence of the competitiveness of grain production are substantiated. The competitiveness of grain production in agricultural enterprises of the Lviv region is analyzed and ways of its improvement in the future are outlined. A mechanism for assessing and managing the competitiveness of an agricultural enterprise has been developed.

Key words: competitiveness, grain production, agricultural enterprise, efficiency, innovations, grain market, Lviv region.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції на аграрних ринках питання забезпечення конкурентоспроможності набуває особливої ваги. Аграрний сектор України, будучи стратегічною галуззю національної економіки, відіграє провідну роль у формуванні продовольчої безпеки та експортного потенціалу держави. Зернове виробництво є базовим напрямом розвитку сільського господарства, оскільки забезпечує не лише внутрішні потреби країни, а й значну частку валютних надходжень від експорту.

Львівська область має сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування зернових культур, однак рівень їх конкурентоспроможності залишається недостатнім через низьку ефективність використання ресурсів, технологічну відсталість, високі виробничі витрати та обмежений доступ до інвестицій. За таких умов підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва є ключовою передумовою розвитку сільськогосподарських підприємств і забезпечення їх стабільності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Проблематиці конкурентоспроможності аграрного сектору приділяли значну увагу багато провідних українських економістів. Теоретичні та прикладні аспекти цього питання досліджували такі науковці, як Бакум М. М. [2], Березівський З. П. [3], Дідух Н. О. [8], Жаліла Я. А. [18], Месель-Веселяк В. Я. [24] та інші. У їх працях наголос робиться переважно на практичних підходах до підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств і продукції, а також на розробці організаційно-економічних механізмів зміцнення позицій аграрного виробника на ринку.

Водночас аналіз літературних джерел дає змогу стверджувати, що методологічні основи оцінювання конкурентоспроможності у більшості досліджень залишаються недостатньо розкритими. На відміну від цього, у працях таких учених, як Голомша Н. Є. [5], Дзядичевич О. Я. [5], Долгих Я. В. [9], Ковтун О. І. [14], Малюга Л. [23], Пахуча Є. В. [28], розглядаються методи

оцінки товарної конкурентоспроможності та конкурентні переваги зерновиробництва. Проте навіть у цих роботах не було повною мірою висвітлено специфіку застосування зазначених методів до сільськогосподарської продукції, що потребує подальших наукових досліджень і практичної адаптації до умов аграрного виробництва.

Мета і завдання. Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

1. Узагальнити теоретичні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності та чинників її формування.
2. Розкрити роль зерновиробництва у системі аграрного виробництва України.
3. Проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку зерновиробництва у Львівській області.
4. Оцінити рівень конкурентоспроможності зерновиробництва у регіоні, визначити резерви та розробити пропозиції щодо її підвищення

Об'єктом дослідження є процес формування та підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах.

Предмет дослідження охоплює теоретичні, методичні та прикладні аспекти забезпечення конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз і синтез, статистичний, графічний, порівняльний, монографічний, економіко-математичний, а також метод системного підходу до оцінювання конкурентоспроможності.

Наукова новизна отриманих результатів. Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у поглибленні теоретичних положень щодо сутності та факторів формування конкурентоспроможності зерновиробництва, а

також у розробленні комплексу практичних заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств у ринкових умовах.

Практичне значення результатів дослідження. Практична цінність полягає в можливості використання запропонованих рекомендацій у діяльності сільськогосподарських підприємств Львівщини для підвищення рівня економічної ефективності, покращення якості зернової продукції та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА

1.1. Економічна сутність та значення конкурентоспроможності

Конкуренція є фундаментальним явищем ринкових відносин, що відображає саму суть економічного суперництва. Рівень готовності економічних суб'єктів до конкуренції багато в чому визначається їх розумінням природи конкуренції, її форм, прийомів суперництва та факторів, які впливають на ефективність господарської діяльності.

Серед численних наукових підходів особливу увагу заслуговує аналіз історичного розвитку уявлень про конкуренцію. Це дозволяє систематизувати рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і економіки країни в цілому. Методологічні підходи до дослідження конкуренції та конкурентоспроможності детально висвітлені в працях І Бакум М. М. [2], Березівський З. П. [3], Дідух Н. О. [8], Жаліла Я. А. [18], Месель-Веселяк В. Я. [24] Економічні фактори конкуренції як соціального явища аналізуються в працях Голомша Н. Є. [5], Дзядикевич О. Я. [5], Долгих Я. В. [9], Ковтун О. І. [14], Малюга Л. [23], Пахуча Є. В. [28], та інших авторів. Невід'ємною складовою характеристики ринку є конкуренція – без цього поняття опис ринкового середовища буде неповним і неточним.

Ринок є впорядкованою системою, і саме конкуренція виступає регулятором, який забезпечує цей порядок і координує взаємодію споживачів та виробників. У перекладі з латинської мови термін «конкуренція» означає «змагання» або «зіткнення». В умовах ринкової економіки конкуренція проявляється як боротьба між виробниками товарів і послуг за вигідніші умови виробництва, збуту та реалізації продукції. У класичній та неокласичній економічній теорії конкуренція трактувалася як незалежна поведінка економічних агентів, які суперничають за кращі умови купівлі-продажу без змови.

Основні концепції визначали конкуренцію як форму самостійної та незалежної діяльності суб'єктів, які прагнуть утвердити свій вплив на ринку.

Трактування конкуренції з позиції поведінкового підходу спиралося на суперництво між виробниками й споживачами за отримання вигідніших умов реалізації або придбання товарів, без наявності будь-яких попередніх домовленостей. Велика кількість економічних учасників унеможлиблювала змову між ними. Подібна ситуація є типовою для ринку з досконалою, тобто чистою, конкуренцією. Неокласики підкреслювали, що конкуренція формується у процесі оптимальних дій суб'єктів господарювання при обмежених ресурсах. Обмеженість ресурсів змушує виробників вибирати між альтернативними способами використання ресурсів, а споживачів — між різними варіантами витрат грошей. Класичні економісти, як А. Сміт і Д. Рікардо, розглядали конкуренцію як боротьбу за прибуток.

М. Портер описує конкуренцію як динамічний процес, що постійно змінюється: виникають нові товари, методи просування, виробничі процеси та ринкові сегменти. Й. Шумпетер підкреслював, що досконала конкуренція стимулює зниження витрат і підвищує ефективність праці, а активне впровадження інновацій забезпечує економічну динаміку [12].

Конкуренція має подвійний характер: з одного боку, вона створює напруженість у ринкових відносинах, а з іншого — прискорює науково-технічний прогрес та підвищує ефективність господарської діяльності. Як регулятор ринкової економіки, вона стимулює постійний розвиток виробництва, маркетингу та інновацій [14].

Конкуренція визначає пропорції суспільного виробництва, формує ринкову ціну товару, норму прибутку та впливає на розподіл доходів між товаровиробниками. Конкуренція є природним явищем ринку, що сприяє успішному функціонуванню економіки, забезпечує максимальне задоволення потреб споживачів та стимулює модернізацію продукції і процесів її виробництва [14].

Таблиця 1.1

Економічна роль конкуренції у функціонуванні ринкової економіки

Аспект	Зміст прояву конкуренції	Результат / Наслідок для економіки
Економічна сутність	Об'єктивний процес суперництва між суб'єктами ринку за кращі умови реалізації продукції та отримання прибутку	Формування ринкового механізму саморегулювання
Вплив на виробництво	Стимулює модернізацію виробничих процесів, запровадження інновацій та підвищення ефективності використання ресурсів	Підвищення продуктивності праці та технологічного рівня підприємств
Вплив на продукцію	Сприяє покращенню якості, розширенню асортименту та оновленню дизайну товарів	Підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках
Вплив на споживача	Забезпечує задоволення різноманітних потреб покупців через вибір і доступність товарів	Зростання добробуту та рівня задоволення споживачів
Соціально-економічний ефект	Формує умови для розвитку підприємництва, інновацій і технологічного прогресу	Підвищення темпів економічного зростання та стабільності ринку

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [14;18]

Згідно таблиці 1.1, оскільки конкуренція за своєю суттю зумовлена об'єктивними економічними процесами та закономірностями розвитку, вона виступає одним із ключових чинників ефективного функціонування ринкової системи господарювання. При цьому конкурентні відносини не суперечать поступальному розвитку продуктивних сил, а, навпаки, стимулюють його. Конкуренція відображає економічну взаємодію між суб'єктами підприємницької діяльності, що функціонують у межах певного ринкового сегмента та прагнуть до максимального обсягу реалізації власної продукції, задоволення

різноманітних потреб споживачів і одержання найвищого прибутку. Саме під впливом конкурентної боротьби відбувається безперервне прискорення процесів оновлення технологій і вдосконалення товарів. Таким чином, конкуренція зобов'язує виробників дотримуватися високих технологічних стандартів, постійно підвищувати якість продукції, удосконалювати її зовнішній вигляд і завчасно прогнозувати майбутні потреби споживачів, а не обмежуватися лише реалізацією вже наявного асортименту [14].

Ф. А. фон Хайєк вважав конкуренцію процесом отримання та передачі знань [12], тоді як В. А. Адамик визначав її як суперництво між особами за досягнення певної мети. А. Сміт розглядав конкуренцію як механізм регулювання ринкової рівноваги через змагання за ефективні умови купівлі та продажу, коли ціна виступає головним об'єктом боротьби [12].

На рис 1.1 наведений приклад взаємозв'язку конкуренції, виробництва та споживача.

Взаємозв'язок конкуренції, виробництва та споживача

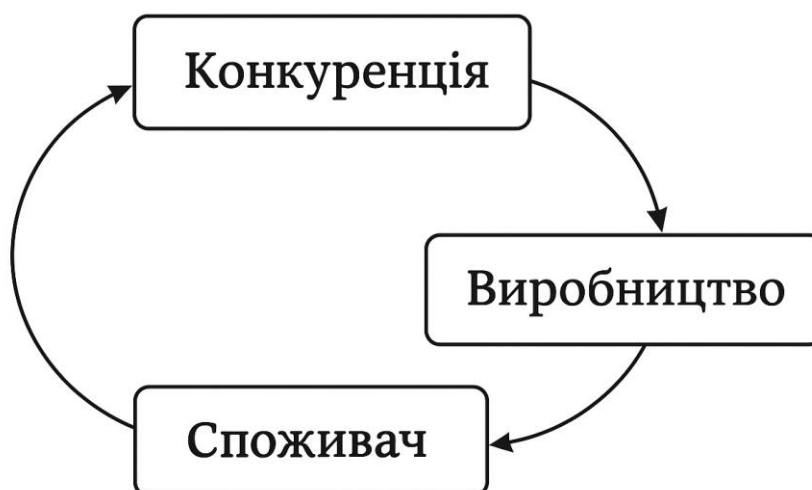


Рис. 1.1 - Взаємозв'язок конкуренції, виробництва та споживача

Джерело: розроблено автором

Тісно пов'язаним із конкуренцією є поняття конкурентоспроможності, що проявляється у порівнянні продукції та підприємств із аналогічними на ринку.

Вона формується під впливом різних факторів, включаючи продуктивність праці, якість продукції та маркетингову політику підприємства. Для оцінки конкурентоспроможності використовуються критерії порівняльних переваг, продуктивності ресурсів, конкурентного статусу компанії [14, 18].

Конкурентоспроможність товару визначає його здатність задовольняти потреби споживачів краще за аналогічні продукти. Вона включає якість, технологічність, споживчі властивості, ціну, сервіс, рекламу та імідж виробника. Поняття «конкурентоспроможне підприємство» описує здатність компанії забезпечити переваги продукції на всіх етапах виробництва та реалізації.

Виділяють чотири рівні конкурентоспроможності підприємств: від базового, коли компанія лише випускає продукцію, до світового рівня, коли вона здатна конкурувати на будь-якому ринку та за будь-якими параметрами управління та виробництва [24].

Тісний взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємства та рівнем конкурентної сили його продукції зумовлює те, що деякі дослідники схильні об'єднувати ці поняття. Такий підхід, однак, спричиняє певні неточності у визначеннях, оскільки він не повною мірою відображає їхній зміст. Це пояснюється тим, що під час вибору товару споживач не завжди звертає увагу на торгову марку виробника, яка потенційно свідчить про рівень якості продукції. Покупець може надати перевагу аналогічному виробу іншого підприємства, якщо його характеристики більшою мірою відповідають індивідуальним потребам. Водночас відомий бренд здатен забезпечити продукції додаткову перевагу, оскільки позитивна репутація компанії та довіра споживачів можуть істотно вплинути на їхній вибір. Таким чином, навіть товар із менш вираженими якісними параметрами може бути придбаний лише завдяки високому іміджу виробника [23].

Розглянуті поняття перебувають у тісному взаємозв'язку, утворюючи цілісну систему, що визначає рівень конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку. У науковій літературі виділяють чотири базові рівні

конкурентоспроможності компаній. На першому рівні управління характеризується певною пасивністю: керівники зосереджуються на виробничому процесі, не приділяючи уваги зміні конкурентного середовища та не прагнучи вразити споживача інноваціями. Така модель ефективна лише за умови, якщо підприємство займає стабільну нішу, де конкуренція мінімальна. Проте з часом воно неминуче стикається з іншими гравцями ринку, що потребує формування нових конкурентних переваг [28].

Другий рівень конкурентоспроможності свідчить про зміну управлінського підходу: підприємство намагається досягти рівня своїх основних конкурентів, переймаючи їхні стандарти виробництва, технології та організаційні методи. Однак із посиленням конкуренції просте копіювання чужого досвіду перестає бути ефективним, і виникає потреба у власних інноваційних рішеннях.

На третьому рівні керівники компаній усвідомлюють шляхи досягнення успіху у конкурентній боротьбі. Основний акцент робиться на вдосконаленні якості продукції, оптимізації виробничих процесів та ефективному управлінні ресурсами. Підприємства цього рівня зазвичай випереджають конкурентів на кілька років завдяки стратегічному плануванню.

До четвертого рівня належать компанії світового масштабу, здатні конкурувати з будь-якими підприємствами незалежно від галузі чи країни. Такі організації вважаються «стратегічно важливими» або «стратегічними підприємствами», оскільки їхня діяльність формує тенденції на ринку та визначає загальний рівень розвитку галузі.

Відмінності між поняттями конкурентоспроможності товару та підприємства зумовлені низкою суттєвих факторів:

- 1) результати оцінювання конкурентоспроможності продукції мають короткостроковий характер, тоді як рівень конкурентоспроможності підприємства варто аналізувати у довготривалій перспективі;
- 2) конкурентоспроможність товару визначається для окремих видів продукції,

тоді як конкурентоспроможність підприємства охоплює весь спектр його виробничої діяльності;

3) оцінювання конкурентоспроможності підприємства зазвичай здійснюється самим підприємством або його представниками, тоді як рівень конкурентоспроможності товару визначає ринок, тобто споживач, у момент купівлі.

Рівень конкурентоспроможності галузі формується під впливом сукупності технологічних, економічних і організаційних чинників, які визначають ефективність виробництва та збуту продукції, здатної задовольняти потреби певних споживчих груп без перевищення міжнародних витрат на одиницю товару. Галузева конкурентоспроможність залежить не лише від індивідуальних переваг підприємств, а й від характеру взаємозв'язків між ними. Так, конкуренція серед провідних компаній часто сприяє підвищенню рівня розвитку інших учасників ринку. До основних чинників, що забезпечують галузеву конкурентну перевагу, належать: раціональна виробнича структура, розвинена інфраструктура, потужна науково-дослідна база, упровадження інноваційних технологій, ефективна система матеріально-технічного постачання та налагоджена логістика [37].

Наступним рівнем за масштабом є конкурентоспроможність національної економіки. Цей тип є найбільш складним і багатовимірним, адже охоплює не лише окремі підприємства чи галузі, а всю економічну систему держави. Через багатогранність явища в науковому середовищі досі відсутнє єдине універсальне визначення цього поняття. Дослідники пропонують різні трактування, наголошуючи на його залежності від якості економічної політики, рівня технологічного розвитку, продуктивності праці та здатності країни конкурувати на світовому ринку.

Конкурентоспроможність підприємства визначається попитом на продукцію, її якістю та конкурентними перевагами, але не обмежується лише цим. Важливу роль відіграє ефективність виробництва, використання ресурсів та маркетингова стратегія.

Конкурентоспроможність товару і підприємства відрізняється тим, що перша оцінюється в короткостроковій перспективі та для окремих товарів, тоді як друга враховує довгострокову стратегію та всю номенклатуру продукції, оцінюється підприємством або його представниками, а товар — споживачами.

Конкурентоспроможність галузі залежить від технологічних, економічних та організаційних факторів, взаємодії між компаніями та розвитку інфраструктури, наукових досліджень, впровадження нових технологій та логістичних систем.

На рівні економіки конкурентоспроможність включає сукупність економічних, виробничих, технологічних, управлінських та соціальних можливостей країни, які забезпечують її продукції та послуги конкурентними перевагами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Таким чином, конкуренція є багатогранним явищем, яке включає поведінковий, структурний та функціональний підходи та відображає відносини між економічними агентами, що сприяють розвитку ринку та задоволенню потреб суспільства.

1.2. Критерії та фактори конкурентоспроможності продукції

Оцінка конкурентоспроможності є складним процесом, що передбачає використання різноманітних методів та підходів. Серед основних теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності можна виділити:

1. Портфельний підхід: базується на аналізі співвідношення між ринковою часткою підприємства та темпами зростання ринку. Цей підхід дозволяє визначити стратегічні позиції підприємства на ринку та обрати відповідну стратегію розвитку.
2. Аналіз п'яти сил конкуренції за М. Портером: передбачає оцінку конкурентного середовища через призму п'яти основних сил: загроза нових конкурентів, загроза замінників, bargaining power постачальників, bargaining power покупців та інтенсивність конкурентної боротьби. Цей

аналіз допомагає визначити рівень конкуренції та можливості для підприємства.

3. Методика оцінки конкурентоспроможності продукції: передбачає використання системи показників, таких як якість продукції, ціна, рівень інноваційності, відповідність стандартам та вимогам споживачів. Цей підхід дозволяє оцінити здатність продукції конкурувати на ринку.
4. Інтегральний підхід: полягає у використанні комплексного індексу, що об'єднує різноманітні показники конкурентоспроможності, такі як фінансова стійкість, ефективність використання ресурсів, рівень інновацій та інші. Цей підхід дозволяє отримати загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства чи галузі.

Спираючись на наукові напрацювання, присвячені даній тематиці, можна констатувати, що дослідники виокремлюють чотири основні категорії суб'єктів, які здійснюють оцінку конкурентоспроможності різних об'єктів: споживачів, виробників, інвесторів та державу [37].

У процесі визначення рівня конкурентоспроможності певного товару споживач керується передусім власними потребами та ступенем їхнього задоволення за допомогою даної продукції. За умов обмежених ресурсів — фінансових, часових чи інших — покупець прагне отримати максимальну користь від придбання. Для виробника ж головним орієнтиром у процесі оцінки конкурентоспроможності продукції є очікувана сума прибутку, яку він може одержати від її реалізації. Якщо ж об'єктом аналізу виступає саме підприємство, тоді виробник розглядає його як безпосереднього конкурента, а провідне значення набувають співвідношення вартості та якісних характеристик продукції, а також відповідність нормативним і технічним стандартам [34].

Виробнича галузь, зі свого боку, оцінює конкурентоспроможність крізь призму умов, необхідних для підтримки конкурентних позицій на певному сегменті ринку, та власного ринкового становища. На рівні держави оцінювання здійснюється з урахуванням наявності, якості й доступності (як

економічної, так і фізичної) необхідних ресурсів. Для інвестора першочерговою метою є отримання максимальної віддачі від вкладених коштів, тому його вибір визначається рівнем попиту та обсягами реалізації певної продукції. Саме ці чинники мають вирішальне значення під час оцінювання конкурентних переваг товару. При оцінці підприємства інвестор додатково враховує його фінансову стійкість, економічну ефективність та позиції на ринку. Держава ж оцінює конкурентоспроможність продукції не лише з економічних позицій, але й з точки зору її соціальної значущості для країни. Якщо вітчизняна продукція має високу соціальну важливість, однак поступається за ціною імпортним аналогам, держава може втрутитися, надаючи субсидії чи дотації національним виробникам або ж вводячи квоти та митні бар'єри для іноземних постачальників [18].

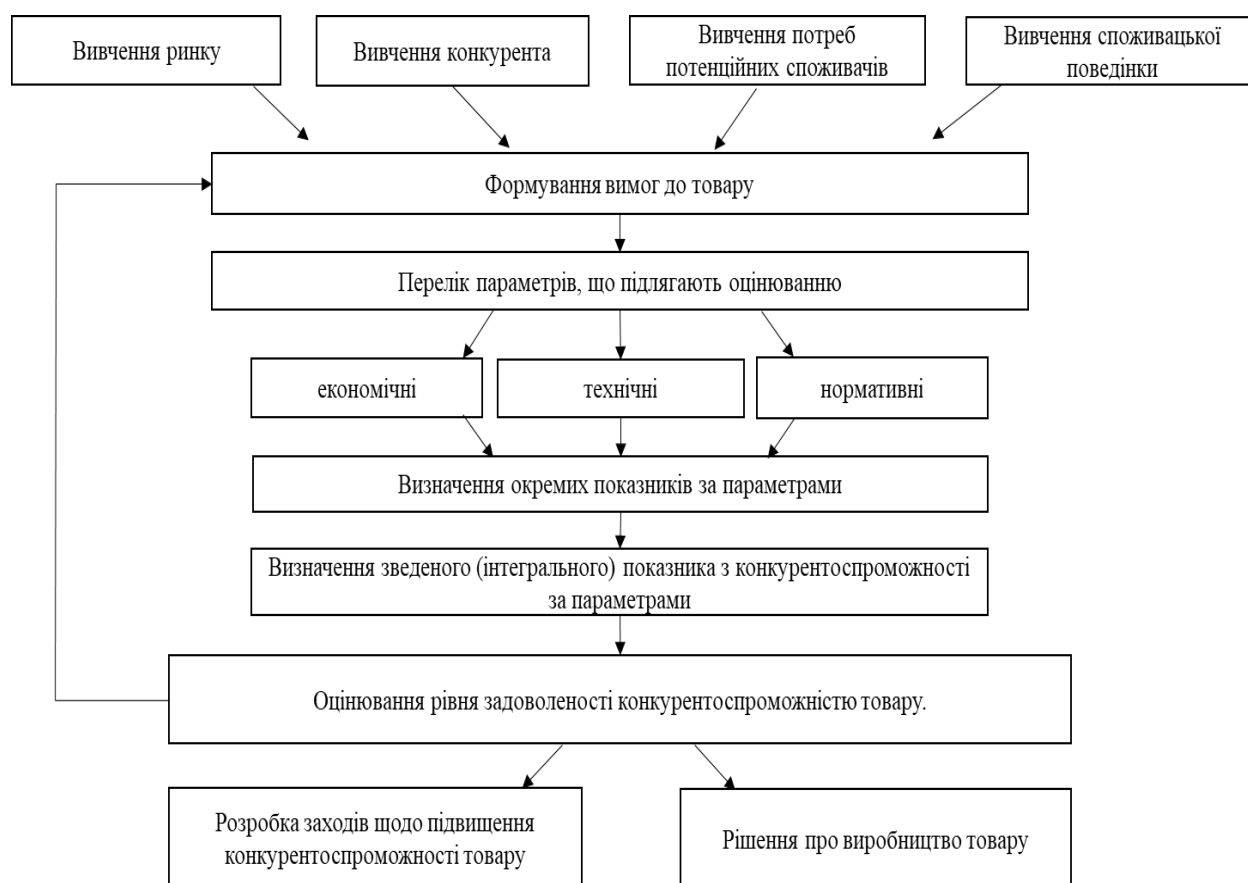


Рис. 1.2 – Схема послідовності етапів оцінювання конкурентоспроможності товару

Схематично послідовність етапів оцінювання конкурентоспроможності товару подано на рис. 1.2.

Для того щоб коректно визначити рівень конкурентоспроможності певної продукції, необхідно володіти повною інформацією про такі ключові аспекти:

- вимоги потенційних споживачів до товару, що пропонується на ринку;
- очікувану динаміку попиту на продукцію та можливі тенденції його зміни;
- прогнозований рівень ринкової вартості товару;
- умови та інтенсивність конкурентного середовища у відповідному сегменті;
- характеристики основних товарів-конкурентів;
- визначення найбільш перспективних ринків збуту та етапів їх поступового освоєння;
- період окупності сукупних витрат, пов'язаних із розробленням, виробництвом і просуванням нового продукту.

Для забезпечення повноти оцінювання та всебічного аналізу конкурентоспроможності продукції доцільно чітко розмежовувати показники конкурентних переваг і параметри конкурентоспроможності.

Поняття конкурентоспроможності продукції має багатоплановий характер і може трактуватися як сукупність цінових і якісних ознак товару, виготовленого з мінімальними витратами, який найповніше задовольняє потреби споживача і водночас здатний утримувати стабільні позиції на ринку поряд з аналогічними виробами конкурентів.

Для повноцінного дослідження цього явища важливо розрізняти основні показники конкурентоспроможності, які поділяються на якісні та вартісні, адже саме вони найбільшою мірою впливають на рішення споживача при виборі товару. На думку М. І. Малиша, конкурентну спроможність товару можна оцінювати за трьома групами показників: технічними, економічними та організаційними.

До першої групи належать ті характеристики, що регламентуються державними стандартами, технічними нормами й рекомендаціями. Економічні показники охоплюють сукупні витрати, які несе покупець під час

придбання товару та його подальшого використання. Організаційні показники відображають умови сервісного супроводу й після продажного обслуговування, якщо таке передбачено виробником.

Параметри конкурентоспроможності — це кількісні показники властивостей продукції, що визначають її конкурентну позицію на ринку. Їх аналіз дозволяє врахувати галузеві особливості, стандарти та специфічні вимоги до товару. Високий рівень конкурентоспроможності можливий лише за умови наявності збалансованого комплексу таких параметрів, які відображають усі основні кількісні характеристики продукції. При цьому добір параметрів потребує особливої уважності, оскільки на нього впливають численні внутрішні та зовнішні чинники.

У процесі аналізу параметрів конкурентоспроможності слід урахувати їхню належність до певної групи, ринкові умови, а також взаємозв'язок між продавцем і покупцем. Одне й те саме значення параметра може задовольняти споживача, але не відповідати інтересам виробника, і навпаки.

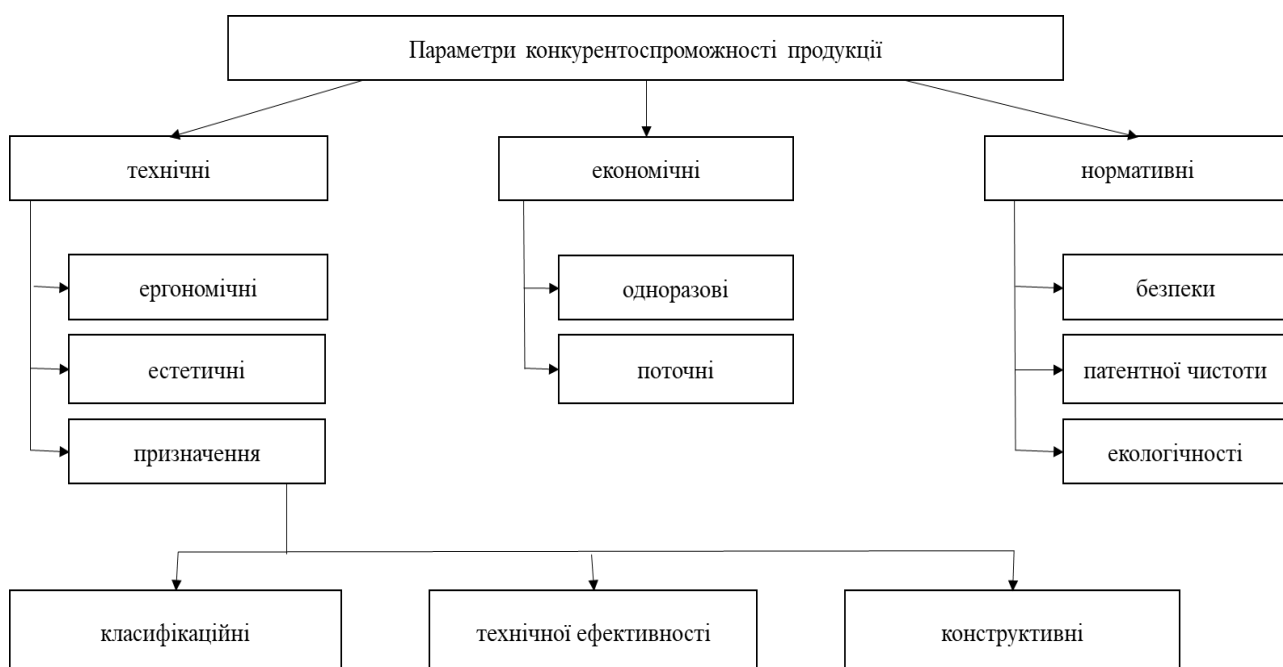


Рис. 1.3 – Параметри конкурентоспроможності продукції

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [18; 23]

Узагальнюючи, параметри конкурентоспроможності продукції зазвичай класифікують на економічні, технічні та нормативні. Кожна з цих груп може бути деталізована на під категорії. Це схематично подано на рис. 1.3.

Технічні та нормативні параметри в сукупності відображають рівень якості продукції, її безпечність та екологічні властивості. Технічні параметри визначають фізичні та функціональні характеристики товару під час його експлуатації. Серед них зазвичай виокремлюють ергономічні, естетичні та параметри призначення.

Ергономічні параметри характеризують ступінь зручності користування продукцією у фізичному, психологічному та антропометричному аспектах. Вони визначають комфортність і простоту використання товару споживачем.

Естетичні параметри охоплюють елементи дизайну – форму, колір, гармонійність зовнішнього вигляду, тобто ті риси, що формують привабливість виробу.

Параметри призначення відображають мету використання продукції, її функціональні можливості та корисний ефект, який споживач отримує в певних умовах експлуатації. Усередині цієї групи виділяють класифікаційні, конструктивні та показники технічної ефективності. Класифікаційні параметри визначають належність товару до певного виду чи сфери діяльності залежно від його функціональних властивостей [27].

Зазначена група параметрів дає змогу співвіднести оцінювану продукцію з аналогічними товарами певної категорії, що необхідно для подальшого аналітичного порівняння. Ці параметри виступають базою для подальшого етапу оцінювання, хоча безпосередньо у розрахунках часто не застосовуються. Конструктивні параметри охоплюють такі показники, як розміри, маса, структура, матеріали, елементи конструкції тощо — тобто ті характеристики, що знаходять своє відображення в проектних і конструкторських рішеннях. Параметри технічної ефективності визначають ступінь сучасності технічних властивостей товару, рівень його продуктивності й відповідність вимогам технологічного прогресу.

Економічні параметри охоплюють витрати, пов'язані з виготовленням, експлуатацією та утилізацією товару. До одноразових витрат відносять вартість придбання продукції, транспортні видатки, налаштування та тестування. Поточні витрати включають вартість користування продукцією, яка складається з оплати енергоносіїв, витратних матеріалів, ремонту, технічного обслуговування, запасних частин тощо.

Нормативні параметри охоплюють показники безпеки, екологічності та патентної чистоти. Параметри безпеки та екологічного захисту відображають ступінь відповідності виробу національним і міжнародним стандартам, технічним регламентам, вимогам чинного законодавства та результатам сертифікації.

Порушення хоча б однієї з таких вимог може мати негативні наслідки: виріб, що не відповідає встановленим нормам, не допускається до реалізації на ринку. Оцінювання патентної чистоти полягає у визначенні, наскільки застосовані у виробі технічні рішення не порушують чинних патентів у країні, де планується його збут. Якщо продукція містить компоненти, що не відповідають патентним вимогам, подальше оцінювання конкурентоспроможності можливе лише після розроблення заходів, спрямованих на забезпечення необхідного рівня патентної чистоти [27].

Показники конкурентоспроможності – це система кількісних критеріїв, за допомогою яких визначається рівень конкурентоспроможності продукції на основі її параметрів. Вони відіграють важливу роль у комплексній оцінці характеристик товару, дозволяючи точно визначити його позиції серед аналогів. Коректне оцінювання цих показників мінімізує ризики підприємства при виході на нові ринки, тоді як недооцінка або невідповідність фактичним властивостям продукції може призвести до зниження ефективності діяльності. Тому надзвичайно важливо забезпечити врахування максимальної кількості факторів, що формують конкурентні переваги, та об'єктивно оцінити їх вплив на ринкову позицію товару. Основні групи показників, за якими визначається рівень конкурентоспроможності продукції, наведено на рис. 1.4.

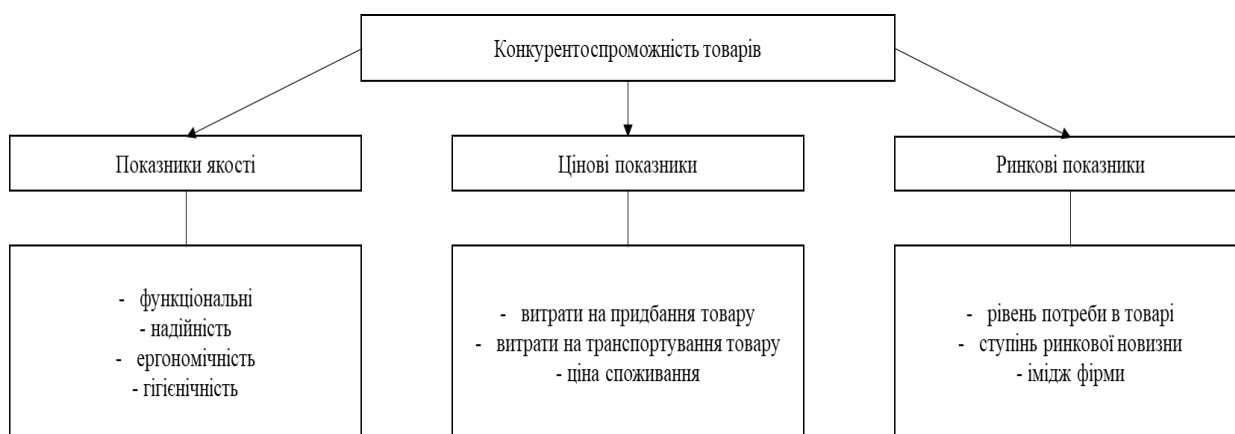


Рис. 1.4 – Показники конкурентоспроможності продукції

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [18; 23]

Після визначення переліку показників, за якими здійснюється порівняння, можна переходити до безпосереднього оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції. Одним із ключових етапів діяльності підприємства у процесі створення та виробництва товару, здатного задовольняти потреби споживачів, є саме оцінка його конкурентних переваг. Оцінювання конкурентоспроможності виконує низку важливих завдань: комплексне дослідження ринку, визначення стратегічних напрямів розвитку підприємства, розроблення заходів для підвищення привабливості продукції, аналіз нових ринків збуту, а також контроль за дотриманням оптимального співвідношення ціни та якості. Таке оцінювання повинно проводитися на всіх етапах життєвого циклу продукції – від проєктування і виготовлення до експлуатації та виведення з ринку. При цьому необхідно враховувати конкретні показники, що базуються на параметрах конкурентоспроможності та залежать від типу досліджуваного об'єкта.

До основних показників, які найчастіше застосовують у процесі оцінки, належать:

- стан ринкового середовища, у якому здійснюється реалізація продукції;
- позиції основних конкурентів, що виробляють подібні товари;
- ставлення споживачів до продукції підприємства порівняно з товарами конкурентів, а також вплив внутрішніх і зовнішніх загроз;

- ступінь задоволення споживачів якісними характеристиками товару;
- показники продукції, яка вважається еталонною і використовується як база для порівняння.

Рівень конкурентоспроможності продукції формується під впливом комплексу внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають умови виробництва, збуту та взаємодії із ринковим середовищем. До зовнішніх факторів належать державне регулювання економіки, митна та соціальна політика, фінансова стабільність, інвестиційний клімат, розвиток інформаційних технологій, інтеграційні процеси, а також структура та ємність ринку, поведінка споживачів і рівень попиту. Серед внутрішніх факторів виділяють ділову репутацію підприємства, організаційно-виробничу ефективність, кваліфікацію персоналу, раціональне використання ресурсного потенціалу, а також дієвість системи управління конкурентоспроможністю [24].

Конкурентоспроможність визначається дією:

- ✓ цінових факторів, до яких відносять витрати на виробництво, збут і споживання продукції, а також її ринкову вартість і якість;
- ✓ нецінових факторів, до яких включають часові аспекти, інноваційність, інформаційне забезпечення, бренд підприємства тощо.

Важливу роль відіграють економічні механізми впливу: ціноутворення, фінансування, кредитування, державне стимулювання споживчого попиту, а також сприяння експорту продукції. Значний вплив мають і так звані державні фактори, що визначають рівень добробуту населення, споживчу активність і загальну економічну стратегію розвитку країни, регіонів та окремих галузей. Серед головних складових конкурентоспроможності виділяють корисність продукції, її якість, новизну, унікальність і рівень цін.

Якість продукції – це сукупність властивостей і характеристик, які визначають здатність товару задовольняти конкретні потреби споживачів. Це поняття має відносний характер: один і той самий виріб може мати високу якість у межах однієї сфери застосування і бути недостатньо ефективним у іншій.

Якість формується на основі таких показників, як надійність, функціональність, довговічність, зручність використання, дизайн і привабливість зовнішнього вигляду. Підвищення якості продукції виступає одним із найдієвіших інструментів зміцнення конкурентних позицій підприємства. Високоякісні товари не лише стимулюють інвестиційну активність і сприяють виходу компаній на зовнішні ринки, а й формують позитивну ділову репутацію. На рівень якості безпосередньо впливають продуктивність праці, розвиток науково-технічного прогресу, ефективна організація виробництва, система технічного контролю та використання передового досвіду як вітчизняних, так і зарубіжних підприємств.

Одним із провідних факторів конкурентоспроможності товару є цінова політика підприємства, при формуванні якої, воно враховує свої стратегічні цілі (наприклад, максимізація прибутку чи завоювання частки ринку). Саме тому, ціна може бути як високою, наприклад, задля отримання вищого прибутку, так і заниженою, наприклад, для активного просування на ринку. Важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності відіграє інноваційність виробництва, запровадження сучасних технологій, ресурсозбереження, використання високоякісної сировини й матеріалів. Значущим також є і планування заходів із підвищення конкурентоспроможності як складової стратегічного розвитку підприємства [28].

Для українського аграрного сектору ключовим фактором конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках є земельні ресурси, які виступають основним засобом сільськогосподарського виробництва.

Хоча Україна належить до провідних експортерів аграрної продукції, ефективність використання земельного фонду значно нижча за наявний потенціал [21]. Це свідчить, що конкурентоспроможність аграрних підприємств безпосередньо залежить від ефективності використання земель, що інтегрує всі внутрішні фактори виробничого потенціалу — основні фонди, трудові ресурси та фінансовий капітал.

Оцінюючи економічну ефективність як чинник конкурентоспроможності, необхідно проаналізувати вплив кожного з її елементів. Під факторами ефективності слід розуміти сукупність процесів господарської діяльності, які впливають на показники прибутковості, продуктивності та урожайності.

Специфікою сільського господарства є нерозривний зв'язок цих елементів із земельними ресурсами, оскільки саме ґрунт є базою для вирощування врожаю та розвитку тваринництва.

Отже, для об'єктивного визначення конкурентоспроможності аграрних підприємств необхідно оцінювати стан, методи й інтенсивність використання земель.

Для господарств, орієнтованих на виробництво рослинницької продукції, одним із визначальних факторів конкурентоспроможності є собівартість виробництва, що виступає інтегральним показником ефективності господарської діяльності. Зниження собівартості свідчить про підвищення урожайності, продуктивності праці, раціональне використання ресурсів і основних засобів. Натомість її зростання сигналізує про зниження прибутковості та ефективності виробництва, що, своєю чергою, негативно позначається на конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Тому собівартість виступає комплексним показником, який охоплює всі витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції.

1.3.Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності продукції

Оцінювання конкурентоспроможності продукції являє собою процес порівняння здатності товару задовольняти потреби цільового ринку у певний проміжок часу відносно аналогічних характеристик продукції конкурентів, що функціонують на цьому ж ринку. Такий аналіз дозволяє визначити реальну позицію товару серед аналогів і виявити напрями для підвищення його привабливості. Оцінювання може здійснюватися за допомогою різних методичних підходів, вибір яких залежить від ряду чинників – специфіки

продукції, строків проведення аналізу, обсягу та достовірності вихідної інформації, а також цілей дослідження.

На сучасному етапі виокремлюють кілька класифікацій методів оцінювання конкурентоспроможності продукції [27]:

1. За номенклатурною ознакою – прямі та непрямі методи;
2. За метою та етапом оцінювання – методи, що застосовуються на стадії виробництва, та ті, які використовуються під час реалізації продукції;
3. За формою подання результатів – розрахункові, матричні, графічні та комбіновані;
4. За порівняльними властивостями продукції – кваліметричний підхід;
5. За сферою впливу – маркетингові, економічні, виробничі, науково-технічні, екологічні методи тощо;
6. За принципом порівняння із зразком для визначення відносного рівня якості – диференційований, комплексний і змішаний підходи.

Найбільш достовірні та всебічні результати оцінювання конкурентоспроможності забезпечує комплексний метод, який дозволяє врахувати широкий спектр показників – від технічних до економічних і соціальних.

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності у цьому методі здійснюється відповідно до формули 1.1:

$$K_{ij} = \sum_{i=1}^n a_i b_i \rightarrow 1 \quad (1.1)$$

де K_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку; a_i – питома вага i -го параметру продукції;

b_i — оцінка параметру продукції;

У методиці оцінювання конкурентоспроможності продукції використовують три основні групи методів: індексні, матричні та графічні. Основою матричного та графічного підходів є їх наочність і простота сприйняття отриманих результатів. Вони дозволяють швидко визначити

позицію товару на ринку та виявити сильні й слабкі сторони. Проте ці методи мають переважно якісний характер, тому значною мірою залежать від суб'єктивних оцінок експертів. Натомість, індексний метод забезпечує можливість кількісного аналізу рівня конкурентоспроможності через порівняння окремих факторів, хоча його використання ускладнюється потребою у великій кількості достовірних даних та трудомісткістю розрахунків.

У зв'язку з цим найбільш доцільним є застосування комплексного підходу, що поєднує різні інструменти оцінювання. Такий підхід включає аналіз виробничих, фінансових, економічних, технологічних, кадрових, інноваційних, маркетингових та екологічних складових діяльності підприємства. З практичного погляду універсальними інструментами оцінювання конкурентоспроможності аграрних підприємств є побудова профілю конкурентоспроможності, побудова полігонів конкурентних переваг, застосування збалансованої системи показників і використання стратегічних орієнтирів. Побудова профілю конкурентоспроможності дає змогу наочно визначити ринкові позиції підприємства та виявити напрями покращення його діяльності.

Як правило, оцінювання конкурентоспроможності товару здійснюється за кількома групами характеристик. Найчастіше пропонується використовувати такі три основні набори параметрів:

- технічні, що відображають споживчі властивості продукції;
- нормативні, які характеризують її відповідність стандартам, технічним регламентам і вимогам;
- економічні, пов'язані з витратами споживача на придбання та використання товару (так звані споживчі ціни).

Рівень конкурентоспроможності визначається співвідношенням корисного ефекту, отриманого споживачем, до величини споживчої ціни. Корисний ефект залежить від технічних параметрів продукції за умови її відповідності встановленим нормативним стандартам.

Узагальнення порівнюваних характеристик здійснюється через інтегральний показник (коефіцієнт), який визначається відповідно до формули 1.2.

$$K = \frac{I_{\text{ТП}} * I_{\text{НП}}}{I_{\text{Е}}} (1.2),$$

де K – інтегральний показник конкурентоспроможності товару стосовно порівнюваного зразка;

$I_{\text{ТП}}$ – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами, розраховується за співвідношенням окремих характеристик товару до аналогічних характеристик порівнювального зразка;

$I_{\text{НП}}$ – груповий показник конкурентоспроможності згідно нормативних параметрів, визначений через порівняння характеристик товару з визначаючими його нормами та стандартами;

$I_{\text{Е}}$ – груповий показник конкурентоспроможності згідно економічних параметрів, що визначається через порівняння ціни споживання проаналізованого товару та товару, що порівнюється із ним.

У випадку, якщо значення показника ($K > 1$), це свідчить про те, що за сукупністю основних характеристик досліджуваний товар переважає еталонний зразок, який було взято за базу для порівняння. Відповідно, така продукція вважається конкурентоспроможною на визначеному сегменті ринку. Якщо ж ($K < 1$), то ситуація протилежна — товар поступається конкурентам за своїми споживчими або техніко-економічними параметрами. Принциповим моментом є те, що завдання аналітика не обмежується лише кількісним визначенням рівня конкурентоспроможності. Він також має встановити, які саме чинники спричинили перевагу чи відставання досліджуваного товару порівняно з продукцією основних конкурентів.

Разом з тим, формула 1.2 не може застосовуватись універсально для всіх видів сільськогосподарської продукції без урахування їх специфіки. Беручи до уваги особливості оцінювання, доцільно розподілити сільськогосподарську продукцію на три основні групи:

- перша група — насіннєва продукція та племінні ресурси тваринництва, основними покупцями яких виступають сільськогосподарські виробники;
- друга група — продукція, що у натуральному (непереробленому) вигляді реалізується безпосередньо кінцевим споживачам (зокрема фрукти, овочі, картопля тощо);
- третя група — продукція, що перед надходженням до кінцевого споживача проходить стадію промислової переробки і реалізується гуртовим покупцям [27].

Таким чином, різні види сільськогосподарської продукції характеризуються специфікою призначення та особливостями реалізації, що зумовлює необхідність застосування декількох окремих алгоритмів оцінювання конкурентоспроможності. Основна відмінність полягає у наборі параметрів, які підлягають аналізу, а також у виборі еталонних зразків продукції для порівняння. Доцільно зосереджувати увагу лише на тих характеристиках, які мають вирішальне значення для споживача — саме вони визначають реальну ринкову цінність товару. Варто зазначити, що ціна аграрної продукції часто формується під впливом покупця, а не виробника, що безпосередньо впливає на структуру показників, які використовуються під час оцінювання її конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз посівних площ зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

Основним ресурсом, що визначає ефективність вирощування зернових культур у сільському господарстві, є земельні угіддя. Саме якість ґрунтів та площа посівів формують базу для підвищення результативності функціонування аграрних підприємств. У зв'язку з цим проведення земельної реформи у Львівській області мало позитивний вплив на розширення площ сільськогосподарського землекористування та створення резервного земельного фонду, який підвищив потенціал розвитку аграрного сектора регіону.

Оцінювання ефективності господарської діяльності підприємств, у тому числі й окремих їхніх галузей, здійснюється за допомогою системи натуральних і вартісних показників, що включають як часткові, так і узагальнені критерії. Такі показники дозволяють отримати об'єктивну інформацію про ступінь використання наявних виробничих ресурсів, а їх аналіз у динаміці є необхідним для виявлення тенденцій розвитку та прогнозування перспектив діяльності сільськогосподарських підприємств.

Валовий збір зернових культур виступає інтегральним результатом виробництва, який безпосередньо залежить від рівня урожайності та розмірів посівних площ. Тому особливе значення має дослідження динаміки змін цих показників, що дає змогу простежити закономірності розвитку виробництва та визначити напрями підвищення його ефективності у майбутньому.

У табл. 2.1. показані показники динаміки посівних площ зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Львівської області.

Наведений аналіз таблиці 2.1, засвідчує незначне скорочення посівної площі зернових та зернобобових культур у 2024 р. на 5,0 %.

Таблиця 2.1

Аналіз посівних площ зернових та зернобобових культур у
сільськогосподарських підприємствах Львівської області, тис. га

Вид продукції	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Зернові та зернобобові культури	326,5	311,9	310,1	95,0
Зернові озимі	182,2	176,7	181,5	99,6
в т.ч.: пшениця	155,9	155,4	159,6	102,4
жито	3,7	3,2	2,9	78,4
ячмінь	22,6	18,1	19,0	84,1
Зернові ярі	144,3	135,2	128,6	89,1
в т.ч.: пшениця	21,8	18,5	15,4	70,6
ячмінь	12,9	13,3	12,7	98,5
овес	12,7	13,4	13,5	106,3
кукурудза	86,7	78,5	79,4	91,6
гречка	6,4	7,8	3,4	53,1
Зернобобові	3,5	3,1	3,8	108,6
в т.ч.: горох	0,2	0,1	0,2	100,0
квасоля	2,6	2,8	3,3	126,9

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Площа озимих зернових у 2024р. порівняно з 2022р. скоротилася на 0,4%, в тому числі жита та ячменю – на 21,6 % та 15,9 % відповідно. Посівна площа пшениці зросла на 2,4 %.

Посівна площа ярих зернових в той же період знизилася на 10,9 %, в тому числі пшениці, ячменю, кукурудзи та гречки на 29,4 %, 1,5 %, 8,4 % та 46,9 %. Посівна площа вівса зросла на 6,3 %.

Площа посівів зернобобових у 2024 р. порівняно з 2022 р. зросла на 8,6 %, в тому числі квасолі на 26,9 %. Площа гороху в той самий період залишалася незмінною і становила 0,2 тис. га.

Зернобобові культури демонструють чітку тенденцію до розширення посівних площ. Це спричинено зростанням попиту на білкову сировину та розширенням переробних потужностей.

Таким чином, зернобобові культури поступово витісняють частину площ, традиційно зайнятих зерновими культурами.

На зменшення посівних площ зернових вплинули такі чинники:

- економічні – зростання цін на паливо, добрива та засобів захисту рослин, що спонукало аграріїв зменшувати площі під менш рентабельними культурами;
- логістичні – ускладнення експорту зерна внаслідок військових дій і зміни логістичних маршрутів;
- агротехнічні – оптимізація сівозмін і збільшення частки культур із меншими витратами на вирощування (наприклад, сої);
- кліматичні – підвищення ризиків посухи та нерівномірність опадів, що впливає на врожайність пшениці й ячменю.

Попри зниження загальної площі посівів зернових культур, структура виробництва залишається збалансованою. Регіон поступово переходить до більш диверсифікованої моделі землекористування, де зростає роль високорентабельних культур.

Таблиця 2.2

Динаміка посівних площ зернових та зернобобових культур за категоріями господарств Львівської області, тис. га

Вид продукції	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Господарства усіх категорій	325,7	308,1	310,0	95,2
Сільськогосподарські підприємства	201,8	178,8	178,7	88,6
Господарства населення	123,9	129,3	131,3	106,0

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Це свідчить про адаптацію аграрного сектору Львівської області до сучасних ринкових і кліматичних викликів, що є позитивним сигналом для підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва.

У таблиці 2.2. відображено ті зміни посівних площ зернових та зернобобових культур, що відбулися за категоріями господарств.

Аналізуючи цю таблицю ми бачимо, що у господарствах усіх категорій та сільськогосподарських підприємствах площа зернових та зернобобових культур скоротилася на 4,8 % та 11,4 % відповідно. Одночасно площа зернових та зернобобових культур у господарствах населення зросла на 6,0 %.

2.2. Динаміка показників вирощування зернових культур сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

Сукупність факторів, що впливають на підвищення урожайності, поділяють на три основні групи:

- агротехнічні,
- природні,
- організаційні.

До агротехнічних чинників належать застосовувані технології виробництва, якість насіння, а також використання органічних і мінеральних добрив.

Природні чинники охоплюють природно-кліматичні умови та географічне розташування господарства, зокрема типи ґрунтів, рельєф місцевості, рівень опадів і температурний режим.

До організаційних чинників відносять суб'єктивні аспекти діяльності підприємства – ефективність організації виробничих процесів, дотримання трудової дисципліни та управлінські рішення.

Отже, підвищення валових зборів зернових культур здебільшого зумовлене зростанням урожайності, тобто збільшенням виходу продукції з одиниці посівної площі.

Зміни в урожайності зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Львівської області наведені у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Показники урожайності зернових та зернобобових культур у
сільськогосподарських підприємствах Львівської області, ц/га

Вид продукції	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Зернові та зернобобові культури	58,5	57,5	61,8	105,6
Зернові озимі	52,9	49,8	54,7	103,4
в т.ч.: пшениця	52,3	49,7	54,3	103,8
жито	34,1	31,3	33,4	98,0
ячмінь	59,9	53,6	61,1	102,0
Зернові ярі	65,5	67,8	71,8	109,6
в т.ч.: пшениця	44,2	40,0	45,3	102,5
ячмінь	32,9	33,2	33,3	101,2
овес	27,0	26,8	27,3	101,1
кукурудза	87,5	95,6	96,0	109,7
гречка	11,5	13,8	12,7	110,4
Зернобобові	19,0	21,7	20,3	106,8
в т.ч.: горох	31,1	35,1	26,1	83,9
квасоля	19,0	20,2	19,4	102,1

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Аналіз табл. 2.3 свідчить про зростання урожайності зернових та зернобобових культур у 2024 р. на 5,6 %. Урожайність зернових озимих в цей період зросла на 3,4 %, в тому числі урожайність пшениці та ячменю о зросла на 3,8 % та 2,0 % відповідно, а урожайність жита знизилася на 2,0 %.

Урожайність зернових ярих протягом 2022-2024 рр. зросла на 9,6 %, в тому числі урожайності пшениці, ячменю, вівса кукурудзи та гречки також зросли на 2,5 %, 1,2 %, 1,1 %, 9,7 % та 10,4 % відповідно.

Поряд з тим, урожайність зернобобових та квасолі в тому числі зросла відповідно на 6,8 % та 2,1 %. Проте, урожайність гороху скоротилася на 16,1 %.

Динаміка змін показників посівних площ та урожайності зернових культур прямо відбилася на показниках валових зборів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз валових зборів зернових та зернобобових культур у сільськогосподарських підприємствах Львівської області, тис. т

Вид продукції	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Зернові та зернобобові культури	1904,5	1771,3	1915,3	100,6
Зернові озимі	963,7	897,0	992,2	103,0
в т.ч.: пшениця	815,5	772,2	866,3	106,2
жито	12,4	9,7	9,6	112,2
ячмінь	135,7	96,6	115,8	77,4
Зернові ярі	940,8	892,3	923,6	98,2
в т.ч.: пшениця	96,3	74,4	69,6	88,4
ячмінь	42,7	43,9	42,3	99,1
овес	34,0	36,1	36,9	108,5
кукурудза	753,5	720,2	761,7	101,1
гречка	7,4	10,4	4,3	58,1
Зернобобові	6,6	6,7	7,9	119,7
в т.ч.: горох	0,8	0,6	0,7	87,5
квасоля	5,0	5,7	6,4	128,0

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Показники динаміки змін, наведений у табл. 2.4 свідчить, що у 2024 р. порівняно з 2022 р. валовий збір зернових і зернобобових зріс на 0,6 %. Валові збори зернових озимих зросли на 3,0 %, в тому числі валові збори пшениці та жита зросли на 6,2 % та 12,2 % відповідно, а ячменю знизився на 22,6 %.

Валовий збір зернових ярих скоротився на 1,8 %, в тому числі пшениці, ячменю та гречки – на 11,6 %, 0,8 % та 41,9 % відповідно, а валові збори вівса та кукурудзи зросли на 8,5 % та 1,1 %.

Таблиця 2.5

Вирощування зернових та зернобобових культур у розрізі регіонів

України, тис. т

Область / регіон	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Місце регіону (2024 р.)
Вінницька область	3563,7	4991,8	4231,4	3
Волинська область	1358,6	1372,4	1283,1	17
Дніпропетровська область	3271,3	3397,2	2849,6	11
Донецька область	544,3	475,4	352,0	21
Житомирська область	1986,7	2417,7	2564,8	12
Закарпатська область	306,3	308,0	310,3	22
Запорізька область	769,5	382,8	395,6	20
Івано-Франківська область	843,7	881,2	920,2	18
Київська область	2978,3	3783,1	3688,7	6
Кіровоградська область	3886,7	3991,5	3077,0	9
Луганська область	253,0	211,0	195,8	24
Львівська область	1904,6	1771,3	1915,3	15
Миколаївська область	2133,6	2413,1	2182,8	14
Одеська область	3062,1	4048,1	4699,8	2
Полтавська область	5096,5	5277,3	4088,6	4
Рівненська область	1403,3	1269,7	1367,0	16
Сумська область	3472,1	3574,0	3178,8	8
Тернопільська область	2642,6	2855,7	3023,9	10
Харківська область	2444,9	2465,5	2389,0	13
Херсонська область	...	...	261,1	23
Хмельницька область	3515,5	3699,8	3985,3	5
Черкаська область	3659,1	4475,4	3568,4	7
Чернівецька область	665,4	754,8	721,7	19
Чернігівська область	3956,4	4900,0	4996,0	1
Автономна Республіка Крим	...	...	...	...
Україна	53863,7	59772,2	56246,0	x

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

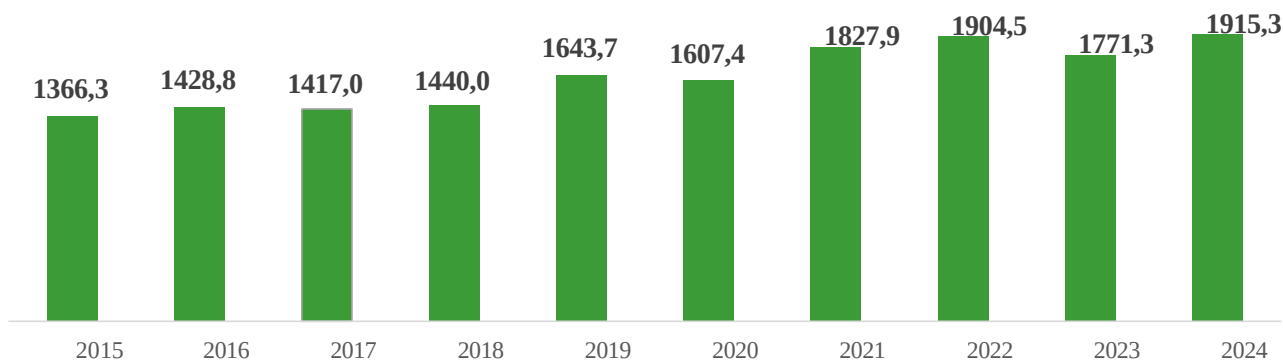


Рис. 2.1 – Динаміка виробництва зернових та зернобобових культур у Львівській області, тис. т

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Протягом 2022-2024 рр. валовий збір зернобобових зріс на 19,7 %, в тому числі квасолі – на 28,0 %, а валовий збір гороху скоротився на 12,5 %.

На рис. 2.1 наведено показники динаміка виробництва зернових та зернобобових культур за десятирічний період (2015-2024 рр.).

Як ми бачимо виробництво зернових та зернобобових у 2024 р. в порівнянні з 2022 р. зросло з 1904,5 тис. т до 1915,3 тис. т або на 0,6 %, а у порівнянні з 2015 р. зросло з 1366,3 тис. т до 1915,3 тис. т або на 40,2 %. Це в першу чергу диктується постійно зростаючими потребами суспільства у зернової продукції та продукції суміжних переробних галузей (виробництво борошна, хлібобулочних та макаронних виробів тощо).

У табл. 2.5 проаналізовано показники вирощування зернових та зернобобових культур за регіонами України. Ми бачимо, наступні зміни, що відбулися у цій структурі за 2022-2024 рр. За рівнем виробництва зернових та зернобобових культур Львівська область знаходиться аж на 15 місці. Основними виробниками зернової продукції в розрізі регіонів виступають Чернігівська, Одеська Вінницька, Полтавська та Хмельницька області.

Сучасний етап розвитку аграрного сектору України характеризується суттєвими трансформаціями, зумовленими наслідками повномасштабної військової агресії російської федерації проти України. Вказані події призвели до істотних регіональних змін у структурі та динаміці зерновиробництва. Повна

офіційна статистика щодо показників вирощування зернових і зернобобових культур за 2022-2024 роки наразі відсутня. Водночас, аналіз наявних тенденцій свідчить, що унаслідок знищення або пошкодження значних площ посівів у зонах активних бойових дій, у найближчій перспективі основна концентрація виробництва зернових культур відбуватиметься у сільськогосподарських підприємствах західних і центральних областей України, які мають відносно безпечне розташування та кращі передумови для стабільного розвитку аграрного виробництва.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами Львівської області

Показник ефективності відображає економічний результат діяльності, що полягає у зменшенні обсягу використаних ресурсів на одиницю отриманого результату. Досягнення цього ефекту забезпечується шляхом зниження собівартості зернової продукції, яка виступає одним із ключових індикаторів фінансово-господарської діяльності підприємства. Вона характеризує рівень організації та управління виробничими процесами, ефективність використання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, а також має безпосередній вплив на рівень рентабельності виробництва. Зменшення собівартості продукції створює передумови для розширеного відтворення виробництва, підвищення добробуту працівників та загального зміцнення економічної стабільності підприємства.

У процесі оцінювання конкурентоспроможності зерновиробництва доцільно аналізувати не лише загальну суму витрат, а й їхню внутрішню структуру. Такий підхід дозволяє виявити економію або перевитрати за окремими складовими елементами собівартості. Структура собівартості, у свою чергу, визначається співвідношенням окремих статей витрат до їх загальної суми, що зазвичай виражається у відсотковому відношенні.

Поелементна структура собівартості продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області відображена у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Структура собівартості продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області, % (на початок року)

Елементи витрат	2023 р.	2024 р.
Матеріальні витрати, всього	56,8	56,0
в т. ч.:		
насіння та посадковий матеріал	9,6	9,1
інша продукція сільського господарства	3,3	3,4
мінеральні добрива	23,2	23,7
пальне і мастильні матеріали	7,6	7,1
електроенергія	1,0	1,1
паливо й енергія	0,9	0,7
запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	3,0	3,2
Прямі витрати на оплату праці	4,3	4,4
Інші прямі витрати	21,9	22,2
Загальновиробничі витрати	17,0	17,4
Всього витрат	100,0	100,0

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Показники табл. 2.6 засвідчують зміни у структурі собівартості за останні два роки. На початок 2024 р. найбільшу частку у структурі витрат було відведено загальним матеріальним витратам (56,0 %). У динаміці відбулося зменшення на 0,8 пункти. У структурі матеріальних витрат найбільше займали витрати на мінеральні добрива (23,7 %), посадковий матеріал та насіння (9,1 %), пальне і мастило (7,1 %). В структурі виробничих витрат витрати на оплату праці становили 4,4 %, і зросли на 0,1 пункти. Також зросли на 0,3 пункти інші прямі витрати та загальновиробничі витрати на 0,4 пункти.

Таблиця 2.7

Середні ціни на зернову продукцію сільськогосподарських підприємств
Львівської області, грн./т

Вид продукції	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Зернові та зернобобові культури	6399,8	5675,5	8083,0	126,3
в т.ч.: пшениця	6538,4	5974,2	8179,0	125,1
жито	4178,5	4623,7	4765,1	114,0
кукурудза	5979,3	6823,5	7982,2	133,5

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Проведений аналіз вказує, що ключовим напрямом зниження собівартості виробництва зернової продукції у аграрних підприємствах Львівської області є підвищення рівня її урожайності. Досягнення цієї мети можливе завдяки впровадженню інтенсивних технологій вирощування, здійсненню комплексних заходів із підвищення родючості ґрунтів та дотримання науково обґрунтованих сівозмін.

Аналіз динаміки середніх цін зернової продукції сільськогосподарськими підприємствами Львівської області, наведений у табл. 2.7 показує, що за період 2022-2024 рр. відбулося їх зростання на 26,3 %. За такими основними видами зернової продукції як пшениця, жито та кукурудза також відбулося зростання на 25,1 %, 14,0 % та 33,5 %.

Основними факторами підвищення обсягів виробництва були:

- збільшення урожайності зернових культур (завдяки сприятливим погодним умовам і технологічним оновленням);
- розширення площ під олійними культурами, зокрема соєю та ріпаком;
- підвищення ефективності використання земельних ресурсів (оптимізація структури посівів).

Таблиця 2.8

Виробництво валової продукції сільськогосподарськими
підприємствами у постійних цінах 2021 р., млн. грн.

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Валова продукція (у постійних цінах 2021 р.), млн. грн. :				
сільського господарства	26840,4	27621,7	31858,7	118,7
рослинництва	20691,4	21044,8	24184,4	116,9

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Упродовж 2022–2024 рр. обсяги виробництва продукції сільського господарства у постійних цінах 2021 р. демонструють стійку позитивну тенденцію (табл. 2.8).

Валова продукція сільського господарства зросла з 26840,4 млн. грн. у 2022 р. до 31858,7 млн. грн. у 2024 р., або на 18,7 %. Таке зростання свідчить про поступове відновлення аграрного сектору регіону, стабілізацію виробництва та нарощення обсягів після кризових явищ, спричинених воєнними подіями 2022 р.

Обсяг валової продукції рослинництва (у постійних цінах 2021 р.) зросла з 20691,4 млн. грн. у 2022 р. до 24184,4 млн. грн. у 2024 р. або на 16,9 %,

У структурі валової продукції частка рослинництва у 2022 р. становила 77,1 %, у 2023 р. – 76,2 %, а у 2024 р. – 75,9 %. Отже, хоча абсолютні обсяги рослинництва зростали, його питома вага у загальній структурі дещо зменшилась, що може свідчити про пожвавлення тваринницької галузі у структурі виробництва сільського господарства Львівської області.

Львівська область демонструє стале зростання ефективності аграрного виробництва – загальні обсяги у постійних цінах збільшилися майже на п'яту частину за два роки.

Вирішальну роль у забезпеченні динаміки відіграє рослинницька галузь, частка якої становить понад $\frac{3}{4}$ валового виробництва. Серед чинників зростання обсягів виробництва можна виділити:

- покращання технологій вирощування;
- адаптація підприємств до нових логістичних умов експорту зернових;
- поступове зростання інвестицій у модернізацію виробництва.

Таблиця 2.9

Динаміка ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств
Львівської області (на початок року)

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2024 р. у % до 2022 р.
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	1488,7	1720,7	1843,5	123,8
Підприємства, які отримали прибуток				
у % до загальної кількості	82,9	78,6	77,3	X
фінансовий результат, млн. грн.	1964,7	2417,1	2648,6	134,8
Підприємства, які отримали збиток				
у % до загальної кількості	17,1	21,4	22,7	X
фінансовий результат, млн. грн.	476,5	696,4	805,1	169,0
Рівень рентабельності зернових та зернобобових культур, %	12,0	9,5	6,1	X

Джерело: розраховано автором на основі [36;38]

Ключовим індикатором оцінки конкурентоспроможності виробництва виступає рівень рентабельності, який характеризує ступінь окупності виробничих витрат. Вирощування зернових культур вважається рентабельним у тому разі, коли виручка від реалізації продукції не лише покриває понесені витрати, а й забезпечує отримання прибутку. Показник рентабельності дає змогу співставити досягнуті результати з обсягом виробничих витрат і визначити величину прибутку, отриманого на одиницю витрачених ресурсів.

Чим вищим є рівень рентабельності, тим більш ефективним визнається виробництво, що, у свою чергу, створює можливості для розширеного відтворення, збільшення фонду оплати праці та покращення умов праці працівників.

У табл. 2.9 розглянуто в динаміці показники ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств Львівської області. Чистий прибуток на початок 2024 р. виріс на 23,8 % порівняно з 2022 р. та склав 1843,5 млн. грн.

Рівень підприємств, які отримали чистий прибуток, на початок 2024 році становила у загальній структурі 77,3 %, та скоротився в порівнянні з 2022 роком на 5,6 пункти, а частка підприємств, що стали збитковими склала 22,7 %.

Рівень рентабельності зернових та зернобобових культур на початок 2024р. в порівнянні з 2022р. знизився на 5,9 пункти та склав 6,1 %.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1. Конкурентна стратегія сільськогосподарського підприємства як основа підвищення конкурентоспроможності

У сучасних умовах підприємства зіштовхуються з постійним посиленням конкурентного тиску на ринках. Для того щоб не лише зберегти свої позиції, а й забезпечити сталий розвиток у такому динамічному середовищі, компаніям необхідно розробляти та реалізовувати дієві конкурентні стратегії, здатні забезпечити їхню адаптивність і довгострокову ефективність.

В умовах посилення конкурентної боротьби формування конкурентної стратегії стає одним із ключових завдань сучасного підприємства. Проведений аналіз наукових підходів до трактування поняття «конкурентна стратегія» дав змогу сформулювати власне бачення його змісту. Під цим терміном доцільно розуміти модель ринкової поведінки підприємства, яка відображає систему цілеспрямованих і взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення визначених економічних результатів — стабільних обсягів реалізації продукції, прибутковості, темпів розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Розроблення конкурентної стратегії має системний характер і базується на основних принципах управління конкурентоспроможністю підприємства. До таких принципів можна віднести:

- адаптивність і мобільність, що забезпечують гнучке реагування на зміни ринкового середовища;
- ієрархічність і системність, які передбачають узгодженість дій усіх рівнів управління;
- комплексність, збалансованість і узгодженість, що гарантують раціональний розподіл ресурсів і послідовність кроків;
- інноваційність, участь і соціальну спрямованість, які сприяють сталому розвитку підприємства;

- доречність, прозорість, легітимність і контрольованість, що забезпечують підзвітність та обґрунтованість прийнятих рішень;
- глобальний і системний контроль, а також централізацію управлінських процесів, які охоплюють усі функціональні сфери діяльності компанії.

Погоджуючись із підходами науковців, вважаємо доцільним виокремити власний перелік ключових принципів побудови конкурентної стратегії підприємства, до яких належать: системність, збалансованість, адаптивність, комплексність, прозорість, гнучкість, керованість, контроль, інноваційність і орієнтація на розвиток.

Ми пропонуємо здійснювати розробку плану конкурентної стратегії, дотримуючись таких етапів:

1. Здійснити всебічний збір даних щодо зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства.
2. Провести систематизацію зібраної інформації та виконати поглиблений аналіз умов діяльності на мікро- й макрорівнях.
3. Сформулювати базову конкурентну стратегію і визначити можливі стратегічні альтернативи розвитку.
4. Здійснити співставлення запропонованої стратегії з початковими стратегічними цілями та проаналізувати доцільність обраної альтернативи.
5. Реалізувати затверджену стратегію шляхом впровадження детального плану дій.
6. Організувати постійний моніторинг виконання плану та досягнення визначених показників.
7. Здійснювати аналіз результатів реалізації стратегії, узагальнювати отриманий досвід і використовувати його для подальшого вдосконалення управлінських рішень.

Послідовність етапів формування конкурентної стратегії підприємства представлена на рис. 3.1. Він ілюструє загальну логіку її розробки та впровадження у практичну діяльність.

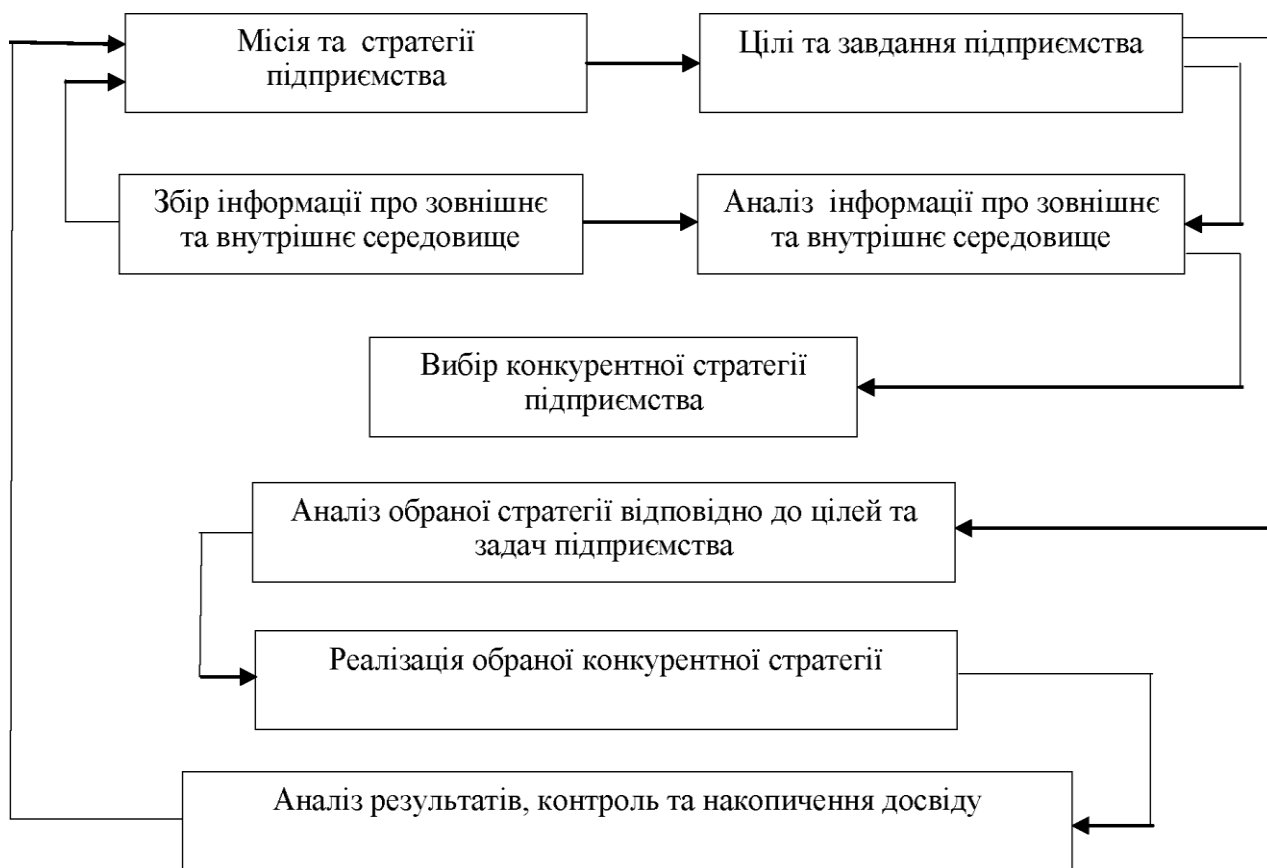


Рис. 3.1 – Етапи формування та впровадження у практичну діяльність конкурентної стратегії

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [5]

Ознаки неефективної підтримки конкурентної стратегії свідчать про наявність наступних управлінських та організаційних недоліків:

- зосередження уваги лише на обмеженому колі питань, що не охоплюють повною мірою усю систему взаємозв'язків підприємства та особливості його функціонування;
- спроби розроблення стратегії без врахування альтернативних сценаріїв розвитку, здатних відобразити можливі деформації зовнішнього середовища;
- змішування понять «стратегія» і «тактика» діяльності, що призводить до втрати стратегічної спрямованості;

- ігнорування у процесі стратегічного планування впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, використання неперевірених даних або недостатньо обґрунтованих припущень;
- низький рівень професійної підготовки осіб, які беруть участь у стратегічному управлінні, а також відсутність здатності протистояти внутрішньому опору змінам.

Для забезпечення результативності конкурентної стратегії будь-якого сільськогосподарського підприємства необхідно дотримуватися певних ключових вимог:

- 1) важливо мати чітко визначену мету та систему конкретних завдань, адже без формування стратегічного бачення майбутнього діяльності підприємства створення ефективної стратегії є неможливим;
- 2) необхідно розвивати стратегічне мислення серед персоналу. Лише тоді, коли інтереси, цінності й мотивація працівників узгоджуються з корпоративними цілями, стратегія набуває реальної сили. Зростає роль інтелектуального капіталу, який охоплює знання, компетенції, досвід, технологічні навички та ноу-хау працівників;
- 3) стратегія має бути гнучкою й передбачати можливість активного впливу на ринкове середовище, наприклад, через ініціативні дії чи несподівані кроки, які здатні зміцнити конкурентні позиції підприємства.

Ефективність конкурентної стратегії проявляється у здатності підприємства забезпечувати захист своїх конкурентних позицій, посилювати власні переваги, мінімізувати ризики, а також протидіяти зовнішнім загрозам. У цьому контексті доцільно створити надійну систему стратегічного захисту, яка забезпечить стабільність діяльності у разі активізації конкурентів [5].

У табл. 3.1. наведені приклади типових недоліків, що можуть виникнути при формуванні конкурентної стратегії сільськогосподарського підприємства.

Таблиця 3.1

Типові недоліки при формуванні конкурентної стратегії
сільськогосподарського підприємства

Ознака неналежної підтримки стратегії	Характеристика прояву	Наслідки для діяльності підприємства
Обмежене коло стратегічних питань	Розробка стратегії охоплює лише окремі напрями діяльності	Втрата комплексності та системності підходу
Відсутність альтернативних варіантів розвитку	Ігнорування можливих змін ринкової ситуації	Зниження гнучкості та адаптивності стратегії
Плутанина між стратегією і тактикою	Короткострокове планування замість стратегічного	Втрата довгострокової конкурентної переваги
Використання неперевіраних даних	Планування на основі неточної інформації	Підвищення ризику прийняття помилкових рішень
Низький рівень стратегічної компетентності персоналу	Відсутність навичок стратегічного мислення	Неефективна реалізація стратегічних завдань

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [5; 14]

Процес розроблення конкурентної стратегії включає виявлення потенційних можливостей та загроз зовнішнього середовища, оцінку ризиків і пошук альтернативних рішень, спрямованих на формування нових конкурентних переваг. При створенні ефективної конкурентної стратегії сільськогосподарського підприємства доцільно керуватися такими положеннями:

- конкурентна стратегія має відповідати ключовим стратегічним факторам, визначеним у ході SWOT-аналізу. Якщо стратегічна альтернатива не використовує сильні сторони підприємства чи зовнішні можливості або не враховує загрози, вона приречена на неуспіх;
- необхідно перевіряти, чи дозволяє обрана стратегія досягти поставлених завдань та наскільки вона узгоджується із місією підприємства;

- усі функціональні стратегії (виробнича, маркетингова, фінансова тощо) мають бути взаємопов'язаними та узгоджено підтримувати основну конкурентну стратегію;
- враховувати рівень стратегічного ризику, особливо якщо реалізація стратегії передбачає значні інвестиції або використання великих активів;
- аналізувати реакцію на запропоновану стратегію усіх сторін, як зовнішніх, так і внутрішніх, щоб забезпечити її підтримку та легітимність.

Таким чином, конкурентна стратегія виступає базовим інструментом формування ринкової поведінки підприємства і визначає механізм досягнення конкурентних переваг. Основна увага приділяється управлінським заходам і методам, що забезпечують зміцнення ринкових позицій компанії у довгостроковому періоді.

Під час формування конкурентної стратегії необхідно враховувати структуру управлінської ієрархії, адже стратегія має конкретизувати сформульовані цілі, завдання й етапи реалізації. Вихідною точкою процесу має бути аналіз ринкової ситуації та оцінка внутрішнього стану підприємства.

Після збору й аналітичного опрацювання інформації про конкурентів варто перейти до створення плану впровадження стратегії. Водночас, необхідно усвідомлювати, що розроблена стратегія — це не кінцева мета, а інструмент безперервного розвитку. Після її реалізації доцільно здійснити оцінку отриманих результатів і набутих знань. Саме цей досвід слід використовувати для вдосконалення подальших стратегічних рішень з урахуванням змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Рівень ефективності конкурентної стратегії значною мірою залежить від ретельного аналізу попереднього досвіду. Вивчаючи результати минулих стратегічних дій, підприємство може визначити успішні підходи, уникнути попередніх помилок і підвищити актуальність нових рішень. Такий підхід дає змогу будувати безперервний процес навчання й удосконалення.

У табл. 3.2. наведені основні вимоги до формування ефективної конкурентної стратегії сільськогосподарського підприємства.

Таблиця 3.2

Основні вимоги до формування ефективної конкурентної стратегії
сільськогосподарського підприємства

Вимога	Зміст вимоги	Очікуваний результат
Чіткість цілей і завдань	Формування стратегічної місії, конкретизація пріоритетів	Узгодженість усіх рівнів управління
Розвиток стратегічного мислення	Навчання персоналу, орієнтація на інтелектуальний капітал	Підвищення ініціативності працівників
Гнучкість і адаптивність	Можливість швидкого реагування на зміни ринку	Збереження стабільних позицій підприємства
Системність та узгодженість	Єдність функціональних стратегій і загальної політики	Посилення внутрішньої ефективності
Контроль і корекція стратегії	Постійний моніторинг виконання та аналіз результатів	Підвищення ефективності управлінських рішень
Врахування ризиків і загроз	Оцінка рівня ризикованості альтернатив	Зменшення можливих втрат і підвищення стійкості
Збалансованість інтересів	Гармонізація інтересів стейкхолдерів	Підтримка довгострокової стабільності

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [5; 14; 18]

Отже, конкурентна стратегія є потужним інструментом управління, який допомагає керівництву компанії вирішувати широкий спектр завдань:

- 1) аналітична база, створена під час розроблення стратегії, дає змогу чітко оцінити положення підприємства на ринку, його конкурентні можливості та досяжність стратегічних цілей;
- 2) після затвердження керівництвом стратегія набуває офіційного статусу управлінського документа, що регулює дії всіх структурних підрозділів;
- 3) аналізуючи попередню діяльність, підприємство формує власну історію розвитку, що дозволяє обґрунтовано реагувати на зміни ринку, розширювати напрями роботи та здобувати нові конкурентні переваги.

Узгодженість процесів розроблення й реалізації стратегії є однією з

ключових умов її успішності. Це особливо важливо у випадках, коли підприємство здійснює значні інвестиції у свій розвиток. Системність та узгодженість управлінських дій зменшують ризики упущення важливих аспектів і допомагають ефективно розподіляти ресурси, що є основою стабільного функціонування сільськогосподарського підприємства у конкурентному середовищі.

Для результативного формування конкурентної стратегії в умовах глобалізації ринкових процесів необхідно здійснювати постійний моніторинг тенденцій розвитку ринку та оперативно виявляти нові напрями для розширення бізнес-діяльності. Одним із ключових завдань є також підвищення ефективності внутрішньої системи управління підприємством і зміцнення потенціалу людських ресурсів, які є основним носієм знань, досвіду та інноваційних ідей.

Успішна реалізація конкурентної стратегії в сучасних умовах неможлива без активного впровадження інноваційних технологій і сучасних управлінських підходів. Використання цифрових платформ, технологій штучного інтелекту, блокчейну, систем аналітики великих даних дозволяє компаніям ефективніше налагоджувати комунікацію зі споживачами, швидше реагувати на зміни кон'юнктури ринку та приймати стратегічні рішення на основі достовірної інформації.

Важливо підкреслити, що успішність конкурентної стратегії визначається не лише здатністю підприємства адаптуватися до зовнішніх змін, а й його готовністю критично оцінювати та трансформувати власне внутрішнє середовище. Саме внутрішня гнучкість, прагнення до постійного вдосконалення управлінських процесів і корпоративної культури створюють основу для сталого розвитку компанії у економічному просторі.

3.2. Механізм системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарського підприємства

Формування системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах ринкової економіки набуває все більшої ваги, оскільки саме вона стає ключовою передумовою ефективної підприємницької діяльності.

У сучасному господарському середовищі між суб'єктами господарювання точиться інтенсивна конкурентна боротьба, зумовлена мінливістю споживчого попиту, невизначеністю кількості потенційних клієнтів, їх купівельної спроможності та запитів, динамічними змінами вимог до якості продукції, пошуком нових каналів реалізації, а також стрімким розвитком науково-технічного прогресу. Для збереження позицій на ринку підприємствам необхідно не лише систематично досліджувати кон'юнктуру, оцінювати власний рівень конкурентоспроможності та можливості суперників, а й послідовно зміцнювати свої переваги. Тому створення ефективної системи оцінки та управління конкурентоспроможністю виступає одним із пріоритетних завдань діяльності підприємства, без вирішення якого неможливо забезпечити стабільне функціонування в умовах ринку та досягнення очікуваних результатів.

Попри наявність численних наукових підходів до побудови системи управління конкурентоспроможністю, у теорії та практиці й надалі залишаються невирішеними питання, пов'язані з визначенням її складових елементів та характером взаємозв'язків між ними.

Конкурентоспроможність підприємства має динамічний характер, що дає змогу здійснювати оцінку її рівня та ефективно управляти ним. Це дозволяє застосовувати до неї принципи й положення загальної теорії управління. Відповідно, систему управління конкурентоспроможністю підприємства можна трактувати як сукупність двох взаємопов'язаних підсистем: керованої (об'єкт управління) та керуючої (суб'єкт управління).

Об'єктом управління виступають функціональні сфери діяльності

підприємства — виробнича, фінансово-інвестиційна, маркетингова, науково-дослідна, інноваційна тощо. Суб'єктами управління є менеджери, які здійснюють професійне керівництво окремими напрямками діяльності підприємства, несуть відповідальність за результативність роботи підрозділів і мають повноваження приймати управлінські рішення у межах своїх компетенцій.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно розглядати як безперервний, циклічний процес реалізації основних управлінських функцій щодо функціональних сфер підприємства та параметрів зовнішнього середовища, спрямований на досягнення оптимального рівня конкурентних позицій.

З позицій системного підходу управління конкурентоспроможністю — це цілісна система взаємопов'язаних компонентів, ефективна взаємодія яких забезпечує реалізацію управлінських завдань. Результативність управління можлива лише за умови узгодженого функціонування всіх складових елементів. Відсутність будь-якої з них призводить до порушення логічної послідовності процесів та збоїв у роботі управлінського механізму.

Структуру системи оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства наведено на рисунку 3.2.

Ця система тісно взаємодіє із зовнішнім середовищем, яке охоплює чинники, що мають як безпосередній, так і опосередкований вплив на підприємство. До непрямих факторів належать економічні, соціальні, політичні, правові, науково-технічні, культурні, демографічні, екологічні та міжнародні умови функціонування господарської діяльності. Безпосередній вплив здійснюють постачальники, споживачі, засоби масової інформації, громадські організації, державні установи, а також конкуренти, які формують рівень конкурентоспроможності підприємства [14].

Саме ті елементи зовнішнього середовища, які здійснюють прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства, виступають своєрідним каналом, через який реалізується дія чинників опосередкованого характеру.

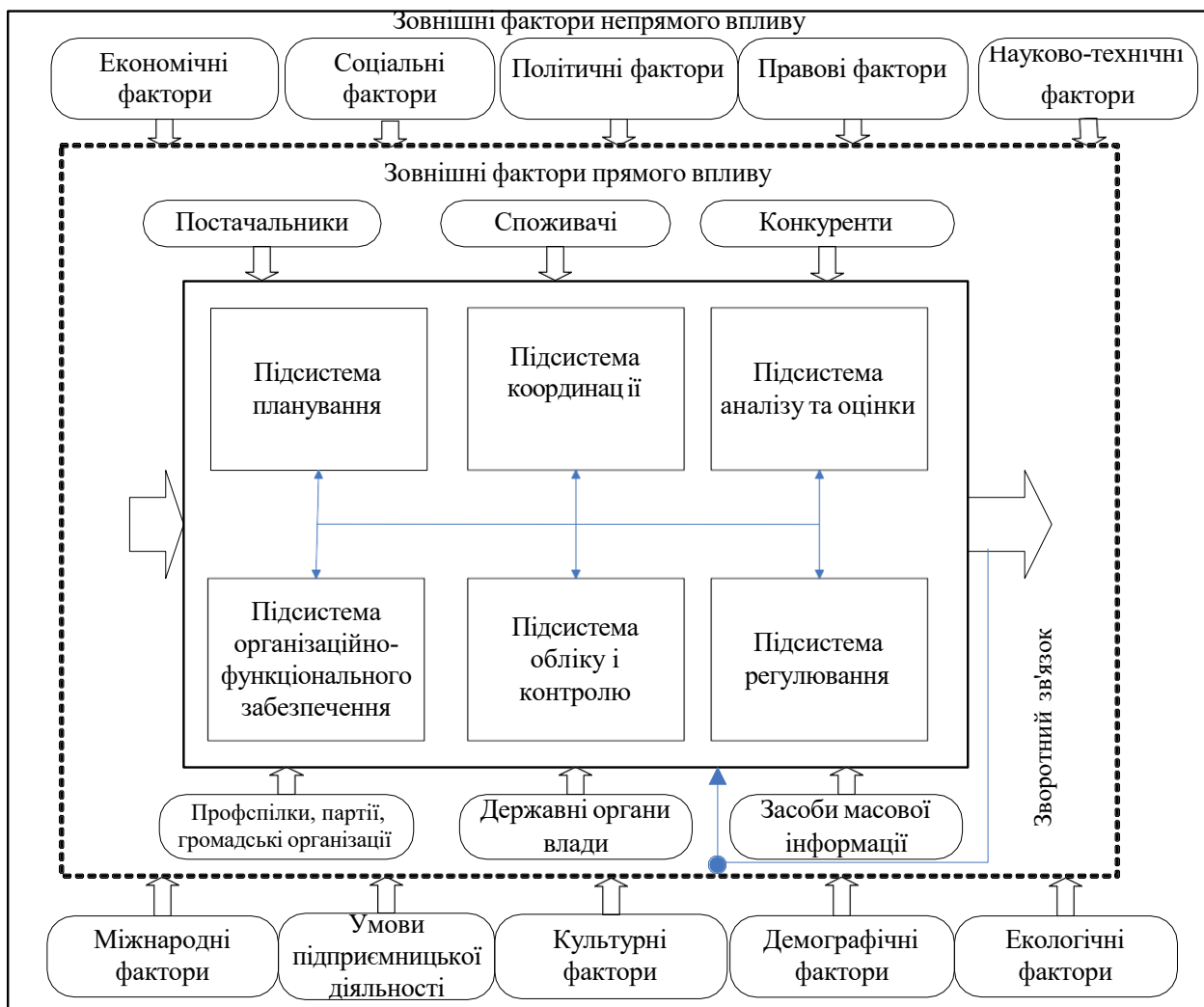


Рис. 3.2 – Структура системи оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [23; 24]

Запропонована структура системи оцінювання та управління конкурентоспроможністю підприємства має функціональну спрямованість. У процесі її формування виокремлено основні управлінські функції, такі як планування, організація, координація, облік і контроль, аналіз та оцінка, а також регулювання. Структура передбачає наявність входу та виходу системи, а також механізму зворотного зв'язку, що забезпечує її замкненість і динамічність.

Початковим етапом процесу управління виступає планування, яке полягає у визначенні стратегічних і тактичних цілей діяльності підприємства, формулюванні завдань з урахуванням результатів дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища.

Під час формування цілей системи оцінки та управління конкурентоспроможністю доцільно дотримуватися таких принципів:

1. Чітко визначати й формулювати мету та завдання управління конкурентоспроможністю, використовуючи кількісні показники й часові орієнтири.
2. Концентрувати увагу на найважливіших аспектах розвитку підприємства.
3. Забезпечувати колективне обговорення сформульованих цілей.
4. Приймати стратегічні та тактичні управлінські рішення, що забезпечують узгодженість дій усіх структурних підрозділів.

Організаційно-функціональна підсистема забезпечує ефективну роботу підприємства, розроблення та реалізацію його стратегії розвитку. Вона відповідає за належну підготовку, структурування та організацію робіт, розподіл функцій між підрозділами, виконавцями та рівнями управління. Крім того, важливими її завданнями є створення належних умов для реалізації запланованих заходів із використанням необхідного інформаційного, методичного, матеріального, технічного та кадрового забезпечення.

Функція координації спрямована на узгодження взаємозв'язків між завданнями стратегічного й поточного управління, а також між корпоративним і функціональним рівнями. Виділяють кілька різновидів координації:

- превентивну – пов'язану з прогнозуванням потенційних труднощів і розробкою шляхів їх подолання;
- усуваючу – спрямовану на ліквідацію збоїв у діяльності підприємства;
- регулюючу – що підтримує стабільну схему взаємодії між підрозділами;
- стимулюючу – спрямовану на підвищення ефективності діяльності за відсутності очевидних відхилень.

Для успішної реалізації функції координації необхідним є створення єдиної інформаційної бази підприємства, яка постійно оновлюється та доповнюється новими даними.

Досягнення узгодженості дій усіх функціональних сфер повинно бути спрямоване на вдосконалення:

- управління виробничими процесами;
- управління маркетинговою діяльністю;
- управління фінансово-інвестиційною сферою;
- управління науково-дослідною та інноваційною діяльністю.

Функції обліку та контролю ґрунтуються на порівнянні запланованих і фактичних показників діяльності, що дає змогу аналізувати динаміку зміцнення конкурентних позицій підприємства.

Функція контролю забезпечує визначення критеріїв досягнення поставлених цілей, базуючись на результатах проведеного аналізу та оцінки. Оцінювання процесів підвищення конкурентоспроможності передбачає спостереження, перевірку відповідності діяльності підприємства встановленим стандартам, а також виявлення рівня ефективності впроваджених управлінських заходів.

Результати оцінки стають підґрунтям для своєчасного коригування розроблених стратегій, що стосуються зміцнення конкурентоспроможності підприємства. Виконання цього завдання належить до функції регулювання, яка забезпечує адаптацію системи управління до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

3.3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності

зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами

Сучасне сільськогосподарське виробництво перебуває у стані глибокої економічної трансформації, вихід із якої можливий лише за умови формування якісно нової системи продуктивних сил, активного впровадження інноваційних технологій, раціоналізації виробничих процесів і створення сприятливих умов

для підвищення ефективності діяльності підприємств. Особливе значення у зміцненні економічної стабільності аграрного сектору має зернове господарство України, яке виступає базовою ланкою продовольчої безпеки держави.

Зернові культури займають провідне місце в структурі сільськогосподарського виробництва, адже вони є основним джерелом сировини для харчової та переробної промисловості. Продукти з зерна залишаються високоліквідними товарами, що формують стратегічний продовольчий резерв держави. Підвищення екологічності, зниження собівартості та нарощування обсягів виробництва зерна можливі лише за рахунок застосування сучасних технологій і технологічних інновацій. Саме тому питання підвищення ефективності виробництва зернових культур у сільськогосподарських підприємствах постійно перебувають у центрі уваги як економічної, так і технічної науки.

Зернове виробництво є тією галуззю, продукція якої традиційно становить основу економічної потужності будь-якої держави. У системі світового землеробства зернові культури завжди мали провідне значення, а зерно й нині залишається ключовим стратегічним продуктом аграрного сектору [5].

Ринок зерна являє собою складну систему товарно-грошових відносин, що формуються між його учасниками у процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції й ринкової саморегуляції, але за умов державного контролю за якістю продукції та умовами її зберігання.

Основними суб'єктами цього ринку є виробники зерна, підприємства зі зберігання та переробки, державні установи, що здійснюють регулювання ринку, біржі, кредитно-заставні організації та інші господарюючі суб'єкти.

У цілому зерновий комплекс України становить основу розвитку внутрішнього агропродовольчого ринку, забезпечуючи функціонування хлібопекарської, борошномельно-круп'яної, спиртової, кондитерської, комбікормової та біоетанольної галузей. Зернове господарство посідає

визначальне місце в аграрному секторі економіки, оскільки забезпечує стабільне постачання населення продовольчими товарами, а переробну промисловість — високоякісною сировиною. Зернові культури мають найвищу питому вагу в структурі посівних площ і валових зборів сільськогосподарської продукції, що пояснюється їхнім універсальним призначенням і багатофункціональністю у виробництві.

Виробництво, переробка та експорт зернових культур в Україні мають надзвичайно важливе значення для економіки держави. Ці напрями забезпечують значні валютні надходження до бюджету та створюють робочі місця для значної частини сільського населення. Високий потенціал розвитку галузі обумовлений наявністю родючих ґрунтів, сприятливих кліматичних умов і достатньої кількості кваліфікованої робочої сили. Зернова продукція посідає особливе місце в системі національної економіки, адже рівень її виробництва визначає продовольчу безпеку країни, економічну стабільність і добробут населення. За оцінками науковців, виробничий потенціал зернового сектору України становить близько 80–100 млн тонн зерна та олійних культур на рік, що робить країну одним із найбільш перспективних учасників світового аграрного ринку. Така стратегічна позиція зумовлює інтерес як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників до подальшого вивчення тенденцій розвитку галузі.

До складу зерновиробничого комплексу входять селекція і насінництво, власне виробництво зерна, його заготівля, переробка та реалізація, а також галузі, пов'язані з технічною переробкою (виробництво спирту, крохмалю, солоду), борошномельна, круп'яна, комбікормова, макаронна і хлібопекарська промисловість. Крім того, значну роль відіграє виготовлення спеціалізованої техніки для обробітку зернових культур. На основі узагальнення цих складових елементів розроблено структурно-функціональну схему зерновиробництва в Україні, що відображає взаємозв'язок між усіма учасниками галузі.

В аграрному секторі економіки першочергового значення набуває зміцнення конкурентоспроможності вітчизняного зернового виробництва, адже

саме воно є основним джерелом доходів більшості сільськогосподарських підприємств і водночас – вагомим чинником формування державного бюджету.

Конкурентні переваги зернового виробництва визначаються сукупністю як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Серед внутрішніх вирішальне значення мають ефективність організації виробництва, рівень управління, забезпеченість фінансовими ресурсами, технічна оснащеність і якість трудових ресурсів. До зовнішніх належать – державна політика підтримки аграрного виробника, інвестиційна привабливість галузі, рівень інфляції та макроекономічна стабільність.

Основними показниками конкурентоспроможності зерна виступають його якість та собівартість, адже саме вони визначають здатність товару конкурувати на внутрішньому й зовнішньому ринках. Український ринок зерна є високо конкурентним, з великою кількістю виробників, тому забезпечення стабільної якості продукції є пріоритетним завданням аграрних підприємств.

Подальше підвищення конкурентоспроможності галузі можливе шляхом інтенсифікації виробництва на основі інноваційної діяльності, яка виступає ключовим механізмом зростання продуктивності праці та раціонального використання ресурсів.

Для зміцнення позицій України на світовому зерновому ринку необхідно реалізовувати комплекс державних і ринкових заходів, серед яких — підтримка виробників, розвиток інфраструктури, удосконалення системи ціноутворення, правове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності та поступова лібералізація державного впливу на ринкові процеси. Основою міжнародної конкурентоспроможності є створення умов для ефективного виробництва, які формують ключові параметри ринку — якість, ціну, стабільність постачання та здатність до просування продукції на нові сегменти [3].

Ефективність регулювання зернового сектору з боку держави визначається не лише рівнем фінансової підтримки, а й наявністю системи стимулів для розвитку підприємництва, інвестиційної активності та соціального прогресу села.

Державна політика має охоплювати бюджетне фінансування програм підтримки виробників, пільгове оподаткування, компенсацію відсоткових ставок за кредитами, а також розвиток лізингових механізмів і субсидування інноваційних проєктів [5].

Завдяки такій підтримці держава сприяє розширеному відтворенню у сільському господарстві, стабілізації цінової ситуації та захисту інтересів споживачів.

Підвищення якості зерна та зміцнення його конкурентних позицій можливе за умови реалізації низки пріоритетних напрямів:

- удосконалення технологічних і агротехнічних процесів вирощування та зберігання;
- впровадження енергозберігаючих технологій транспортування й переробки;
- контроль якості на всіх етапах виробничого циклу;
- застосування високопродуктивних сортів і гібридів;
- поширення інноваційних технологій на основі сучасних досягнень аграрної науки;
- підвищення родючості ґрунтів і раціональне землекористування;
- розвиток ринкової та логістичної інфраструктури.

Реалізація зазначених заходів дозволить зміцнити конкурентні позиції підприємств зернового підкомплексу, підвищити експортний потенціал галузі та забезпечити продовольчу безпеку держави.

Подальше вдосконалення зерновиробництва залежить від об'єктивних чинників, що впливають на ринкову стабільність: цінові коливання, нерівномірність доходів, природно-кліматичні ризики, низьку інвестиційну активність та екологічні виклики.

Суттєвим чинником зростання ефективності виробництва є інтеграція сільськогосподарських підприємств із переробними та торговельними структурами, що забезпечує узгодженість дій у межах єдиного ланцюга створення вартості. Важливим напрямом такої інтеграції є підвищення якості

зерна через модернізацію системи його приймання, зберігання, переробки та реалізації відповідно до європейських стандартів.

Таблиця 3.3

Основні напрями підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва
сільськогосподарськими підприємствами

Напрямок підвищення конкурентоспроможності	Зміст і характеристика напрямку	Очікуваний результат
Інтенсифікація виробництва	Застосування сучасних інноваційних технологій вирощування, збирання та зберігання зернових культур	Зростання врожайності та зниження собівартості
Удосконалення техніко-технологічної бази	Впровадження енергозберігаючих, екологічно безпечних технологій, оновлення машинно-тракторного парку	Рациональне використання ресурсів
Поліпшення якості зерна	Контроль якості на всіх етапах виробничо-збутового процесу; впровадження нових сортів і гібридів	Підвищення конкурентної позиції на світовому ринку
Державна підтримка виробників	Надання субсидій, кредитів, компенсацій; удосконалення системи цінового регулювання	Стабільність виробництва та розвиток експорту
Інтеграція виробництва і переробки	Об'єднання сільськогосподарських, переробних і торговельних підприємств	Зменшення витрат і втрат у ланцюзі створення вартості
Розвиток інфраструктури ринку	Будівництво зерноскладів, елеваторів, транспортно-логістичних центрів	Оптимізація збуту й експорту зернових
Екологізація виробництва	Використання органічних добрив, зменшення пестицидного навантаження, охорона родючості ґрунтів	Підвищення якості продукції та екологічної безпеки
Підтримка наукових досліджень	Фінансування аграрної науки, селекції, генетики, технологічних інновацій	Формування інноваційної моделі розвитку галузі

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [23; 24]

Удосконалення державного регулювання зернової галузі вимагає активного залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій, створення стабільних і прозорих умов господарювання, гармонізації законодавства з вимогами Світової організації торгівлі та світової практики. Це дозволить забезпечити сталий розвиток ринку зерна, зменшити соціально-економічні ризики для виробників і сприятиме формуванню гнучкої ринкової інфраструктури.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва Львівської області доцільно реалізувати такі ключові напрями:

- ✓ стимулювання виробництва високоякісних культур;
- ✓ удосконалення цінової політики та системи підтримки фермерів; підвищення прозорості каналів збуту зерна;
- ✓ запровадження сучасних стандартів якості з урахуванням досвіду провідних країн;
- ✓ посилення державного контролю за зовнішньоекономічними операціями;
- ✓ розвиток екологічно безпечних технологій і «зеленого» виробництва [6].

Детальніше напрями підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва сільськогосподарськими підприємствами та очікуваний результат від них наведений у табл. 3.3.

Крім того, до пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва належать: підвищення врожайності, оптимізація структури посівів, раціональне використання добрив і ресурсів, модернізація технічної бази, впровадження ресурсозберігаючих технологій, розвиток селекції та розширення наукового забезпечення аграрного виробництва. Комплексна реалізація цих заходів створює передумови для сталого розвитку зернової галузі, зростання її конкурентоспроможності та інтеграції України у світову аграрну економіку.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження конкурентоспроможності зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області можна зробити наступні висновки та пропозиції:

1. Конкуренція є фундаментальним явищем ринкових відносин, що відображає саму суть економічного суперництва. Рівень готовності економічних суб'єктів до конкуренції багато в чому визначається їх розумінням природи конкуренції, її форм, прийомів суперництва та факторів, які впливають на ефективність господарської діяльності. Конкуренція визначає пропорції суспільного виробництва, формує ринкову ціну товару, норму прибутку та впливає на розподіл доходів між товаровиробниками. Конкуренція є природним явищем ринку, що сприяє успішному функціонуванню економіки, забезпечує максимальне задоволення потреб споживачів та стимулює модернізацію продукції і процесів її виробництва.
2. Тісно пов'язаним із конкуренцією є поняття конкурентоспроможності, що проявляється у порівнянні продукції та підприємств із аналогічними на ринку. Вона формується під впливом різних факторів, включаючи продуктивність праці, якість продукції та маркетингову політику підприємства. Для оцінки конкурентоспроможності використовуються критерії порівняльних переваг, продуктивності ресурсів, конкурентного статусу компанії. Конкурентоспроможність товару визначає його здатність задовольняти потреби споживачів краще за аналогічні продукти. Вона включає якість, технологічність, споживчі властивості, ціну, сервіс, рекламу та імідж виробника. Поняття «конкурентоспроможне підприємство» описує здатність компанії забезпечити переваги продукції на всіх етапах виробництва та реалізації.
3. Для України підвищення обсягів зерновиробництва має стратегічне значення для розвитку національної економіки, оскільки успішний її

розвиток дозволяє створити передумови для ефективного функціонування суміжних галузей. Від підвищення рівня конкурентоспроможності зерновиробництва залежить продовольча безпека України. Саме тому, вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва є надзвичайно актуальним на теперішньому етапі розвитку економіки, як загалом України, так і Львівської області, зокрема, та потребує негайного вирішення. Це й сприяло вибору даної теми кваліфікаційної роботи.

4. За досліджуваний період загальна площа озимих зернових у 2024р. порівняно з 2022р. скоротилася на 0,4%, в тому числі жита та ячменю – на 21,6 % та 15,9 % відповідно. Посівна площа пшениці зросла на 2,4 %. Посівна площа ярих зернових в той же період знизилася на 10,9 %, в тому числі пшениці, ячменю, кукурудзи та гречки на 29,4 %, 1,5 %, 8,4 % та 46,9 %. Посівна площа вівса зросла на 6,3 %. Площа посівів зернобобових у 2024 р. порівняно з 2022 р. зросла на 8,6 %, в тому числі квасолі на 26,9 %. Площа гороху в той самий період залишалася незмінною і становила 0,2 тис. га.
5. У господарствах усіх категорій та сільськогосподарських підприємствах площа зернових та зернобобових культур скоротилася на 4,8 % та 11,4 % відповідно. Одночасно площа зернових та зернобобових культур у господарствах населення зросла на 6,0 %.
6. За цей же період відбулось зростання урожайності зернових та зернобобових культур у 2024 р. на 5,6 %. Урожайність зернових озимих в цей період зросла на 3,4 %, в тому числі урожайність пшениці та ячменю о зросла на 3,8 % та 2,0 % відповідно, а урожайність жита знизилася на 2,0 %. Урожайність зернових ярих протягом 2022-2024 рр. зросла на 9,6 %, в тому числі урожайності пшениці, ячменю, вівса кукурудзи та гречки також зросли на 2,5 %, 1,2 %, 1,1 %, 9,7 % та 10,4 % відповідно. Поряд з тим, урожайність зернобобових та квасолі в тому числі зросла відповідно на 6,8 % та 2,1 %. Проте, урожайність гороху скоротилася на 16,1 %.

7. Валовий збір зернових і зернобобових культур у 2024 р. порівняно з 2022 р. зріс на 0,6 %. Валові збори зернових озимих зросли на 3,0 %, в тому числі валові збори пшениці та жита зросли на 6,2 % та 12,2 % відповідно, а ячменю знизився на 22,6 %. Валовий збір зернових ярих скоротився на 1,8 %, в тому числі пшениці, ячменю та гречки – на 11,6 %, 0,8 % та 41,9 % відповідно, а валові збори вівса та кукурудзи зросли на 8,5 % та 1,1 %. Протягом 2022-2024 рр. валовий збір зернобобових зріс на 19,7 %, в тому числі квасолі – на 28,0 %, а валовий збір гороху скоротився на 12,5 %.
8. виробництво зернових та зернобобових у 2024 р. в порівнянні з 2022 р. зросло з 1904,5 тис. т до 1915,3 тис. т або на 0,6 %, а у порівнянні з 2015 р. зросло з 1366,3 тис. т до 1915,3 тис. т або на 40,2 %. Це в першу чергу диктується постійно зростаючими потребами суспільства у зерновій продукції та продукції суміжних переробних галузей (виробництво борошна, хлібобулочних та макаронних виробів тощо).
9. За останні роки відбулися певні зміни в регіональній структурі зерновиробництва України. Так, за показником рівня виробництва зернових та зернобобових культур Львівська область знаходиться аж на 15 місці. Основними виробниками зернової продукції в розрізі регіонів виступають Чернігівська, Одеська Вінницька, Полтавська та Хмельницька області.
10. Сучасний етап розвитку аграрного сектору України характеризується суттєвими трансформаціями, зумовленими наслідками повномасштабної військової агресії російської федерації проти України. Вказані події призвели до істотних регіональних змін у структурі та динаміці зерновиробництва. Повна офіційна статистика щодо показників вирощування зернових і зернобобових культур за 2022-2024 роки наразі відсутня. Водночас, аналіз наявних тенденцій свідчить, що унаслідок знищення або пошкодження значних площ посівів у зонах активних бойових дій, у найближчій перспективі основна концентрація виробництва зернових культур відбуватиметься у сільськогосподарських

підприємствах західних і центральних областей України, які мають відносно безпечне розташування та кращі передумови для стабільного розвитку аграрного виробництва.

11. За останні два роки відбулися зміни у структурі собівартості. На початок 2024 р. найбільшу частку у структурі витрат було відведено загальним матеріальним витратам (56,0 %). У динаміці відбулося зменшення на 0,8 пункти. У структурі матеріальних витрат найбільше займали витрати на мінеральні добрива (23,7 %), посадковий матеріал та насіння (9,1 %), пальне і мастило (7,1 %). В структурі виробничих витрат витрати на оплату праці становили 4,4 %, і зросли на 0,1 пункти. Також зросли на 0,3 пункти інші прямі витрати та загальновиробничі витрати на 0,4 пункти.
12. Проведений аналіз вказує, що ключовим напрямом зниження собівартості виробництва зернової продукції у аграрних підприємствах Львівської області є підвищення рівня її урожайності. Досягнення цієї мети можливе завдяки впровадженню інтенсивних технологій вирощування, здійсненню комплексних заходів із підвищення родючості ґрунтів та дотримання науково обґрунтованих сівозмін.
13. За період 2022-2024 рр. відбулося їх зростання на 26,3 %. За такими основними видами зернової продукції як пшениця, жито та кукурудза також відбулося зростання на 25,1 %, 14,0 % та 33,5 %.
14. Основними факторами підвищення обсягів виробництва були:
 - ✓ збільшення урожайності зернових культур (завдяки сприятливим погодним умовам і технологічним оновленням);
 - ✓ розширення площ під олійними культурами, зокрема соєю та ріпаком;
 - ✓ підвищення ефективності використання земельних ресурсів (оптимізація структури посівів).
15. Упродовж 2022–2024 рр. обсяги виробництва продукції сільського господарства у постійних цінах 2021 р. демонструють стійку позитивну тенденцію. Валова продукція зросла з 26 840,4 млн. грн. у 2022 р. до 31 858,7 млн. грн. у 2024 р., або на 18,7 %. Таке зростання свідчить про

поступове відновлення аграрного сектору регіону, стабілізацію виробництва та нарощення обсягів після кризових явищ, спричинених воєнними подіями 2022 р. Обсяг валової продукції (у постійних цінах 2021 р.) зросла з 20691,4 млн. грн, у 2022 р. до 24184,4 млн. грн. у 2024 р. або на 16,9 %, У структурі валової продукції частка рослинництва у 2022 р. становила 77,1 %, у 2023 р. — 76,2 %, а у 2024 р. — 75,9 %. Отже, хоча абсолютні обсяги рослинництва зростали, його питома вага у загальній структурі дещо зменшилась, що може свідчити про пожвавлення тваринницької галузі у структурі виробництва сільського господарства Львівської області.

16. Показники ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств Львівської області. Чистий прибуток на початок 2024 р. виріс на 23,8 % порівняно з 2022 р. та склав 1843,5 млн. грн. Рівень підприємств, які отримали чистий прибуток, на початок 2024 році становила у загальній структурі 77,3 %, та скоротився в порівнянні з 2022 роком на 5,6 пункти, а частка підприємств, що стали збитковими склала 22,7 %. Рівень рентабельності зернових та зернобобових культур на початок 2024р. в порівнянні з 2022р. знизився на 5,9 пункти та складав 6,1 %.
17. В умовах посилення конкурентної боротьби формування конкурентної стратегії стає одним із ключових завдань сучасного підприємства. Проведений аналіз наукових підходів до трактування поняття «конкурентна стратегія» дав змогу сформулювати власне бачення його змісту. Під цим терміном доцільно розуміти модель ринкової поведінки підприємства, яка відображає систему цілеспрямованих і взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення визначених економічних результатів — стабільних обсягів реалізації продукції, прибутковості, темпів розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності. Розробка конкурентної стратегії має системний характер і базується на основних принципах управління конкурентоспроможністю підприємства:

- адаптивність і мобільність, що забезпечують гнучке реагування на зміни ринкового середовища;
 - ієрархічність і системність, які передбачають узгодженість дій усіх рівнів управління;
 - комплексність, збалансованість і узгодженість, що гарантують раціональний розподіл ресурсів і послідовність кроків;
 - інноваційність, участь і соціальну спрямованість, які сприяють сталому розвитку підприємства;
 - доречність, прозорість, легітимність і контрольованість, що забезпечують підзвітність та обґрунтованість прийнятих рішень;
 - глобальний і системний контроль, а також централізацію управлінських процесів, які охоплюють усі функціональні сфери діяльності компанії.
18. Конкурентоспроможність підприємства має динамічний характер, що дає змогу здійснювати оцінку її рівня та ефективно управляти ним. Це дозволяє застосовувати до неї принципи й положення загальної теорії управління. Відповідно, систему управління конкурентоспроможністю підприємства можна трактувати як сукупність двох взаємопов'язаних підсистем: керованої (об'єкт управління) та керуючої (суб'єкт управління).
19. Подальше підвищення конкурентоспроможності галузі можливе шляхом інтенсифікації виробництва на основі інноваційної діяльності, яка виступає ключовим механізмом зростання продуктивності праці та раціонального використання ресурсів.
20. Для підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва Львівської області доцільно реалізувати такі ключові напрями:
- стимулювання виробництва високоякісних культур;
 - удосконалення цінової політики та системи підтримки фермерів;
 - підвищення прозорості каналів збуту зерна;
 - запровадження сучасних стандартів якості з урахуванням досвіду провідних країн;

- посилення державного контролю за зовнішньоекономічними операціями;
 - розвиток екологічно безпечних технологій і «зеленого» виробництва
21. Крім того, до пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності зерновиробництва належать:
- ✓ підвищення врожайності, оптимізація структури посівів;
 - ✓ раціональне використання добрив і ресурсів;
 - ✓ модернізація технічної бази;
 - ✓ впровадження ресурсозберігаючих технологій;
 - ✓ розвиток селекції та розширення наукового забезпечення аграрного виробництва.

Комплексна реалізація цих заходів створює передумови для сталого розвитку зернової галузі, зростання її конкурентоспроможності та інтеграції України у світову аграрну економіку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія. К.: КНЕУ, 2016. 292 с.
2. Бакум М. М. Теоретичні засади використання резервів підвищення економічної ефективності виробництва зерна. *Вісник Сумського НАУ*. 2011. Вип. 5/1. С. 62 – 67.
3. Березівський З. П. Стан і перспективи зерновиробництва у сільськогосподарських підприємствах Львівської області. *Аграрна економіка*. 2019. Т. 12. № 3–4. С. 49–54.
4. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
5. Голомша Н. Є., Дзядичев О. Я. Конкурентні переваги продукції зернової галузі на світовому ринку. *Економіка АПК*, 2017, № 11, с. 61–66.
6. Дем'яненко М. Я., Саблук П. Т. Державна політика фінансової підтримки розвитку аграрного сектору АПК: Монографія; за ред. М. Я. Демяненка. К.: ННЦ ІАЕ, 2011. 372 с.
7. Діброва А. Д., Діброва Л. В., Крилов Я. О., Діброва М. А. Стратегічні орієнтири розвитку ринку зерна та механізму його регулювання. *Економіка АПК*. 2019. № 6. С. 26–36.
8. Дідух Н. О. Алгоритм оцінки кон'юнктури ринку зерна у контексті експорту України до країн ЄС. *Економіка та суспільство*, 2024, Вип. 67, с. 375–385.
9. Долгіх Я. В. Оцінка та аналіз ефективності виробництва зерна та зернобобових культур в Україні методом DEA. *Економіка АПК*. 2019. № 7. С. 14–20.
10. Дугієнко Н. О., Лева В. Е. Сучасні тенденції розвитку аграрного сектору України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 25. С. 99-107.
11. Ільчук М. М., Коновал І. А., Барановська О. Д., Євтушенко В. Д. Ринок зерна в Україні та його стабілізація. *Економіка АПК*. 2019. № 4. С. 29–38.

12. Історія економічних вчень: підручник; за ред. В.М. Тарасевича, Ю.Є. Петруні. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.
13. Козак О. А., Грищенко О. Ю. Розвиток зернової галузі України на сучасному етапі. *Економіка АПК*. 2016. № 1. С. 38–47.
14. Ковтун О. І. Оцінка конкурентоспроможності вітчизняних підприємств агропродовольчого сектора в контексті виходу на зовнішні ринки. *Вісник ЛТЕУ. Серія: Економічні науки*, 2021, № 63, с. 42–51.
15. Кваша С. М., Ільчук М. М., Коновал І. А. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні. *Економіка АПК*. 2013. №3. С. 16-24.
16. Кернасюк Ю. В. Застосування методу DEA для оцінки розвитку аграрного сектору економіки. *Економіка АПК*. 2020. Т. 27, № 10. С. 14–21.
17. Козловський С. В., Кіреєва Е. А., Жураківський Є. С. Інструментарій державної аграрної політики забезпечення регіональної економічної безпеки аграрної галузі України. *Економіка та держава*. Київ. 2016. № 4. С. 9-14.
18. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : монографія; за ред. Я. А. Жаліла ; Нац. ін-т стратегічних досліджень. К. : Вид-во «Знання України», 2009. 388 с.
19. Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. Харків: Право, 2016. 82 с.
20. Концепція державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1437-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.11.2025).
21. Лебідь В. М., Прищепя К. Є. Сучасний стан ринку зерна України, проблеми та перспективи розвитку. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. №1. С. 131–135.

22. Мазур Г. Ф. Удосконалення механізму державного регулювання та стимулювання розвитку агропромислового виробництва. *Економіка АПК*. Київ. 2013. № 2. С. 21-25.
23. Малюга Л. Оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Економіст*. 2011. № 9. С. 50-53.
24. Месель-Веселяк В. Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва. *Економіка АПК*. 2016. № 10. с.7-14.
25. Новицький І. В. Теоретичні основи економічних відносин суб'єктів зернопродуктового підкомплексу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13 (2). С. 39–43.
26. Омеляненко Г. Г. Концептуальні положення відновлення та розвитку зернового виробництва в Україні. *Економіка АПК*. 2015. № 12. С. 5–8.
27. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб.; за ред. А. Є. Конверського. К.: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
28. Пахуча Є. В. Цінова конкуренція та її вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. *Бізнес Інформ*, 2018, № 9, с. 117–122.
29. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24.06.2004 р. №1877- IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>. (дата звернення: 04.11.2025).
30. Про зерно та ринок зерна в Україні : Закон України від 04.07.2002 р. №37- IV. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T020037.html. (дата звернення: 29.10.2025).
31. Про насіння та садивний матеріал: Закон України від 26.12.2002 р. № 411- IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-15#Text> (дата звернення: 30.10.2025).
32. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 р. № 1315-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text> (дата звернення: 01.11.2025).

33. Пугачова К. С. Зовнішньоторговельні відносини України з ЄС: сучасні тенденції. *Економіка АПК*, 2018, № 2, с. 85–90.
34. Романюк І. А. Нові чинники та концепції здійснення інтенсифікації сільського господарства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 4 (36). С. 60-63.
35. Сікало М. В. Ринок зерна як об'єкт державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. 2017. №1(56). С.45-48.
36. Сільське господарство Львівської області 2024: Статистичний збірник. *Головне управління статистики у Львівській області*. Львів, 2025. 88 с.
37. Скороход І. С. Напрями підвищення конкурентоспроможності України на світових ринках. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vvitem/2011_1/25.pdf (дата звернення: 04.11.2025).
38. Статистичний щорічник Львівської області за 2021 рік. *Головне управління статистики у Львівській області*. Львів, 2022. 301 с.
39. Томашевська О., Шевченко К. Економічна ефективність виробництва зернових культур у сільськогосподарських підприємствах та підвищення рівня їх конкурентоспроможності. *Молодий вчений*. 2019. № 1(65). С. 524–530.
40. Черемісіна С. Г. Ринок зернових культур в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку. *Економіка АПК*. 2021. № 2. С. 48–58.