

**Олексій Олександрович КРАСНОРУЦЬКИЙ**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту,  
Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка,  
E-mail: krasnorutskyu@gmail.com

**Юрій Олександрович ЗАЙЦЕВ**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку і аудиту,  
Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка,  
E-mail: yura.app5@icloud.com

**АДАПТАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ  
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Красноручський, О. О. Адаптаційний інструментарій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств [Текст] / Олексій Олександрович Красноручський, Юрій Олександрович Зайцев // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 1. – С. 100-113. – ISSN 2415-8453.

**Анотація**

*У статті здійснено теоретичне узагальнення адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції. Обґрунтовано цілісну концепцію побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на засадах їх адаптації до умов цільових ринків збуту продукції, в основі якої лежить ідентифікація конкурентної структури цільового ринку, визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства та мобілізації його конкурентного потенціалу. Ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку об'єктних ринків продукції аграрних підприємств. Запропоновано методичний підхід до визначення конкурентного потенціалу аграрних підприємств на основі систематизації їх збутових систем та визначення ступеня їх адаптивності до змін конкурентної структури та кон'юнктури цільових ринків збуту. Розвинуто стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на основі забезпечення позитивної динаміки концентрації капіталу з метою прискорення адаптації підприємств до змін характеристик цільових ринків.*

**Ключові слова:** конкуренція; конкурентний потенціал; концентрація капіталу; цільовий ринок; адаптивний механізм.

---

**Oleksiy Oleksandrovych KRASNORUTSKYY**

Doctor of Sciences (Economics),  
Professor,  
Department of Production Organization, Business and Management,  
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture  
E-mail: krasnorutskyy@gmail.com

**Yuriy Oleksandrovych ZAYTSEV**

PhD in Economics,  
Associated Professor,  
Department of Accounting and Audit,  
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture  
E-mail: yura.app5@icloud.com

**ADAPTIVE INSTRUMENTS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES COMPETITIVENESS'  
MANAGEMENT****Abstract**

*The article is devoted to the theoretical generalization and obtaining the new solution of scientific substantiation of adaptive economic mechanisms of agricultural enterprises competitiveness improvement in the target markets of agricultural products. The conception of construction and operation of the organizational and economic mechanism of agricultural enterprises competitiveness increase on the basis of their adaptation to target markets products is grounded. The economic conditions and structural trends of objective competitive product markets of agricultural enterprises are identified. The methodical approach as for the determination of the competitive potential of agricultural enterprises on the basis of systematization of their marketing systems and determination of the adaptability to changes in the competitive structure of the market situation and target markets degree is considered. Strategic directions for improvement of the competitiveness of agricultural enterprises on the basis of ensuring the positive dynamics of the enterprises-producers capital concentration to accelerate and streamline enterprise adapt to changes are developed.*

**Keywords:** *competition; competitive potential; concentration of capital; target market; an adaptive mechanism.*

**JEL classification:** F140

---

**Вступ**

Підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності діяльності аграрних підприємств є найголовнішою проблемою економічної науки, яка структурується на значну кількість наукових проблем та завдань нижчих порядків, які відповідають специфіці певних галузей, товарних напрямів спеціалізації, функціональних та секторальних особливостей ведення діяльності. Сучасний стан та конкурентна структура вітчизняного ринку сільськогосподарської продукції суттєво звужують можливості аграрних підприємств до підвищення конкурентоспроможності своєї продукції та, відповідно, рівня економічної ефективності діяльності, що уповільнює темпи їх розвитку та гальмує набуття відтворювальними процесами розширеного характеру. При цьому домінування економічних інтересів торговельних посередників, непропорційність концентрації та ефективності функціонування

---

**ISSN 2415-8453. Ukrainian Journal of Applied Economics. 2016. Volume 1. № 1.**

---

капіталу, розміщеного у сферах виробництва та обігу, наближення конкурентної ситуації на цільових ринках збуту продукції аграрних підприємств до стану олігопсонії призводять до фактичного унеможливлення суттєвого впливу заходів з підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, крім спрямованих на зрушення в її цінній складовій. Вказане зумовлює необхідність теоретично-методичного та прикладного пророблення питань залучення ефективного інструментарію та побудови економічних механізмів адаптації аграрних підприємств до ринкової ситуації з метою підвищення рівня конкурентоспроможності їх продукції та рівня економічної ефективності основної діяльності, що і зумовлює актуальність репрезентованого в публікації дослідження.

Питанням ринкової конкуренції та управління конкурентоспроможністю підприємств, побудови та розвитку конкурентної структури ринку присвячені фундаментальні дослідження як класиків економічної думки, так і визнаних у світі зарубіжних авторів. Ці дослідження створили потужне наукове підґрунтя для вивчення специфічних сфер конкурентних взаємовідносин, зокрема, аграрних підприємств, на які звертається значна увага в науковому доробку В. Я. Амбросова, В. Г. Андрійчука, І. Ю. Гришової, С. М. Кваші, Т. Г. Маренич, О. М. Могильного, В. М. Онегіної, О. В. Ульяновченка, Б. О. Язлюка та багатьох інших [1-9]. Попри широке охоплення в працях зазначених вчених кола питань побудови конкурентних взаємовідносин аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції, такі питання, як обґрунтованість напрямів та шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, ціла низка проблемних аспектів деталізації процедур управління конкурентоспроможності, формування та функціонування відповідних економічних механізмів, зокрема адаптаційного характеру, формалізації впливу особливостей структурної побудови цільових ринків на результати діяльності аграрних підприємств, залишаються не повною мірою вирішеними. Останнє актуалізує необхідність пошуку та впорядкування адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції.

### **Мета статті**

Метою статті є обґрунтування теоретично-методичних засад ідентифікації та використання адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Систематизація наукових поглядів на ринкову конкуренцію, зокрема, на цільових ринках продукції аграрних підприємств дозволяє розглядати її як ключовий тип економічних взаємовідносин суб'єктів поряд з відносинами обміну та співробітництва. У ході дослідження визначено особливості взаємного впливу та сутності економічного зв'язку конкурентоспроможності підприємства та продукції. При цьому було використано методичний підхід, який ґрунтується на встановленні взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності з рівнем економічної ефективності. Теоретично доведено, що виробництво та збут конкурентоспроможної продукції підприємства, тобто такої, яка успішно реалізується представникам цільової споживацької аудиторії, зумовлює досягнення підприємством-виробником певного рівня економічної ефективності, який є адекватним завданням відтворення авансованого капіталу, а отже, відновлення виробничо-комерційного циклу. При цьому здійснення ефективної діяльності дозволяє підприємствам-товаровиробникам акумулювати певні маси прибутку та реінвестувати їх у розвиток власного економічного потенціалу шляхом удосконалення товарної

---

номенклатури, технологій виробництва та збуту продукції, створення цінових та якісних конкурентних переваг тощо. Останнє зумовлює підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Тобто ефективне функціонування суб'єкта сфери виробництва продукції є запорукою його конкурентоспроможності, а досягнення певного рівня конкурентоспроможності – передумовою підвищення економічних результатів та ефективності діяльності.

Слід зазначити, що економічна ефективність діяльності підприємства є статичною характеристикою досягнення ним певних результатів за умови несення визначених умовами здійснення основної діяльності витрат. При цьому економічна наука дозволяє характеризувати рівень економічної ефективності діяльності підприємства за допомогою абсолютних, відносних, часових та порівняльних показників. Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства є динамічною характеристикою економічного потенціалу підприємства як сукупності можливостей виробництва та збуту продукції з необхідними для досягнення певних економічних результатів властивостями та при визначених витратах, що має забезпечувати успіх продукції на ринку. Такий розгляд процесу формування конкурентоспроможності дозволяє уникати численних методичних протиріч, які виникають при її кількісній оцінці. При цьому середовищем формування конкурентоспроможності є цільові ринки продукції підприємств (рис. 1).

Комплексне вивчення конкурентної побудови цільових ринків продукції аграрних підприємств дозволили визначити складний та неоднорідний характер його конкурентних структур. Складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Дослідження показали, що на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність, конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як олігопсонію або, в деяких випадках, монопсонію. На подальших рівнях ринкового розподілу продукції аграрних підприємств конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, в ринкову структуру, наближену до досконалої конкуренції.

Причиною вказаної ситуації є відмінності в концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств та підприємств-суб'єктів сфери обігу, а також їх кількість та тенденції домінування або пригнічення економічних інтересів окремих груп учасників ринку, а отже, відповідно, ступінь повноти їх реалізації. На більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції економічні інтереси аграрних підприємств виявляються пригніченими із зазначених вище причин, що ускладнює підвищення економічної ефективності їх діяльності та нормалізацію відтворення.

Слід зазначити, що більшість видів сільськогосподарської продукції є сировинною, що визначає значний рівень її стандартизації та зумовлює застосування аграрними підприємствами методів створення конкурентних переваг у частині розробки та освоєння виробництва унікальних товарів із імплементацією відповідних маркетингових стратегій. При цьому трансформація конкурентних структур відбувається винятково під впливом цінових та результативних факторів. Аграрні підприємства для підтримання належного рівня економічної ефективності своєї діяльності мають адаптуватися до вказаних умов. У цьому процесі особливого значення набуває коректна ідентифікація конкурентної ситуації цільового ринку та напряму її розвитку. Застосований методичний підхід до такої ідентифікації ґрунтується на використанні інтегрального показника конкурентного розвитку ринку (формула 1):

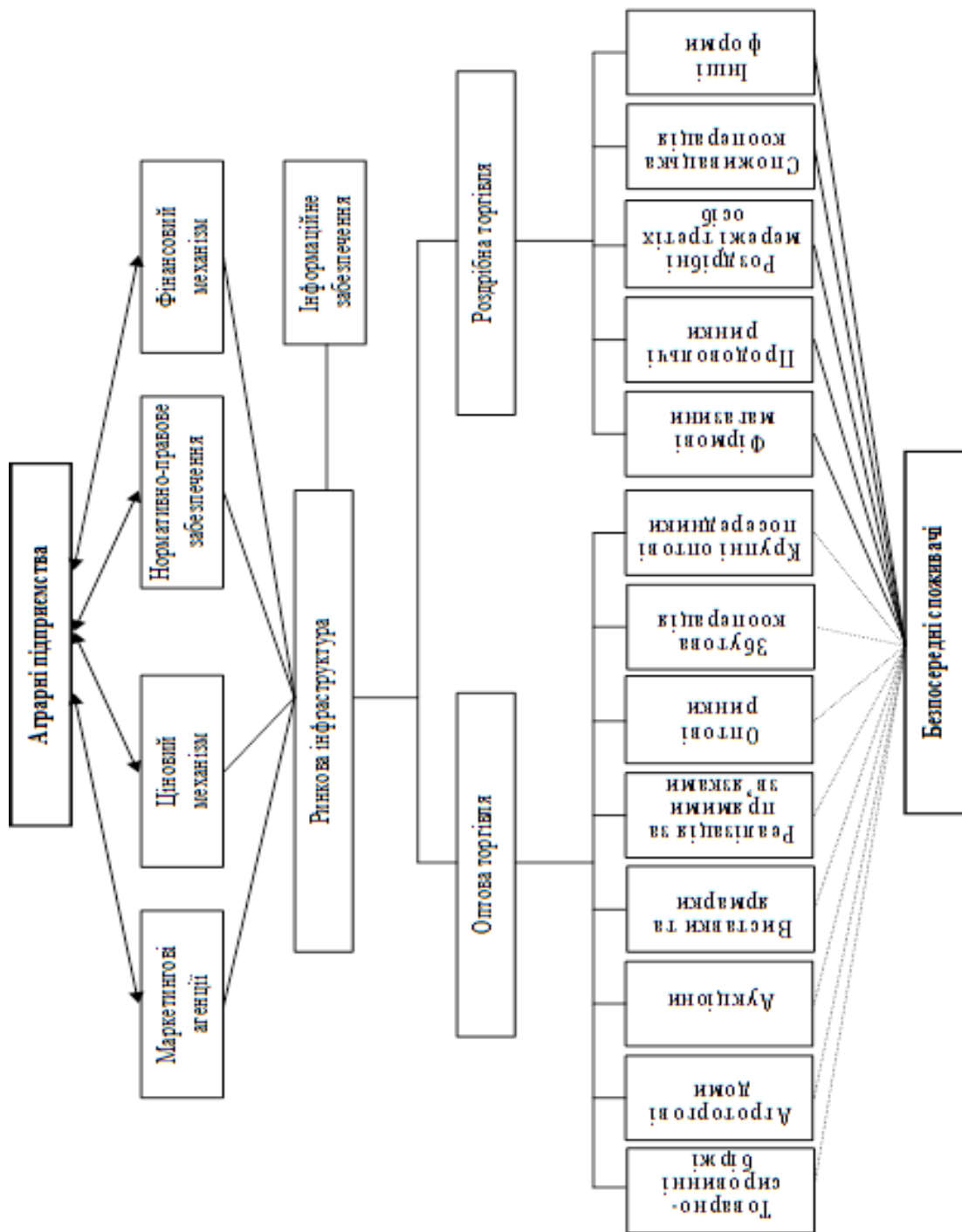


Рис. 1. Ринкове середовище аграрних підприємств

\* Систематизовано авторами

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

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

Розрахунок вказаного інтегрального показника дозволяє кількісно характеризувати тип конкурентної ситуації на визначеній стадії ринкового розподілу продукції та визначати напрям трансформації конкурентної ситуації.

Застосування розроблених методичних підходів до ідентифікації конкурентної структури цільового ринку дозволяє визначити пріоритетні напрями мобілізації інструментів підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, застосування яких має бути системним. Останнє зумовлює необхідність обґрунтування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства (рис. 2), який становить систему факторів, засобів, інструментів та суб'єктів опосередкування їх впливів та дій, які забезпечують зміну рівнів конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції на цільових ринках збуту.

При цьому система управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства є поєднанням трьох інструментальних систем управління витратами, обсягами та збутом, тобто сполученням економічних, організаційних та управлінських інструментів, застосування яких призводить до створення та реалізації конкурентних переваг.

Вітчизняний аграрний ринок є відкритою системою з ознаками значної нестабільності. Ознаками останньої є недостатньо високий рівень внутрішнього споживання, залежність ринкової кон'юнктури від структурно-динамічних тенденцій зовнішніх ринків, низький рівень інфраструктурного розвитку. Деформація конкурентних структур внутрішнього ринку зумовлює тенденції ціноутворення на стадії продажу продукції аграрними підприємствами посередникам, інтереси яких домінують над інтересами товаровиробників, що суттєво знижує рівень економічної ефективності основної діяльності останніх. Вказане вимагає формалізації особливостей функціонування ринку сільськогосподарської продукції в контексті ідентифікації умов підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності діяльності аграрних підприємств.

Основними причинами уповільнення розвитку аграрних підприємств є: інфраструктурне відставання в розвитку вітчизняного аграрного ринку у зіставленні з іншими товарними ринками, деформація економічних інтересів та негармонійний характер розподілу доходів між функціональними групами підприємств-учасників ринку, відсутність розвинутих каналів збуту продукції аграрних підприємств, непрозорість ціноутворення фактично на всіх стадіях ринкового розподілу продукції.

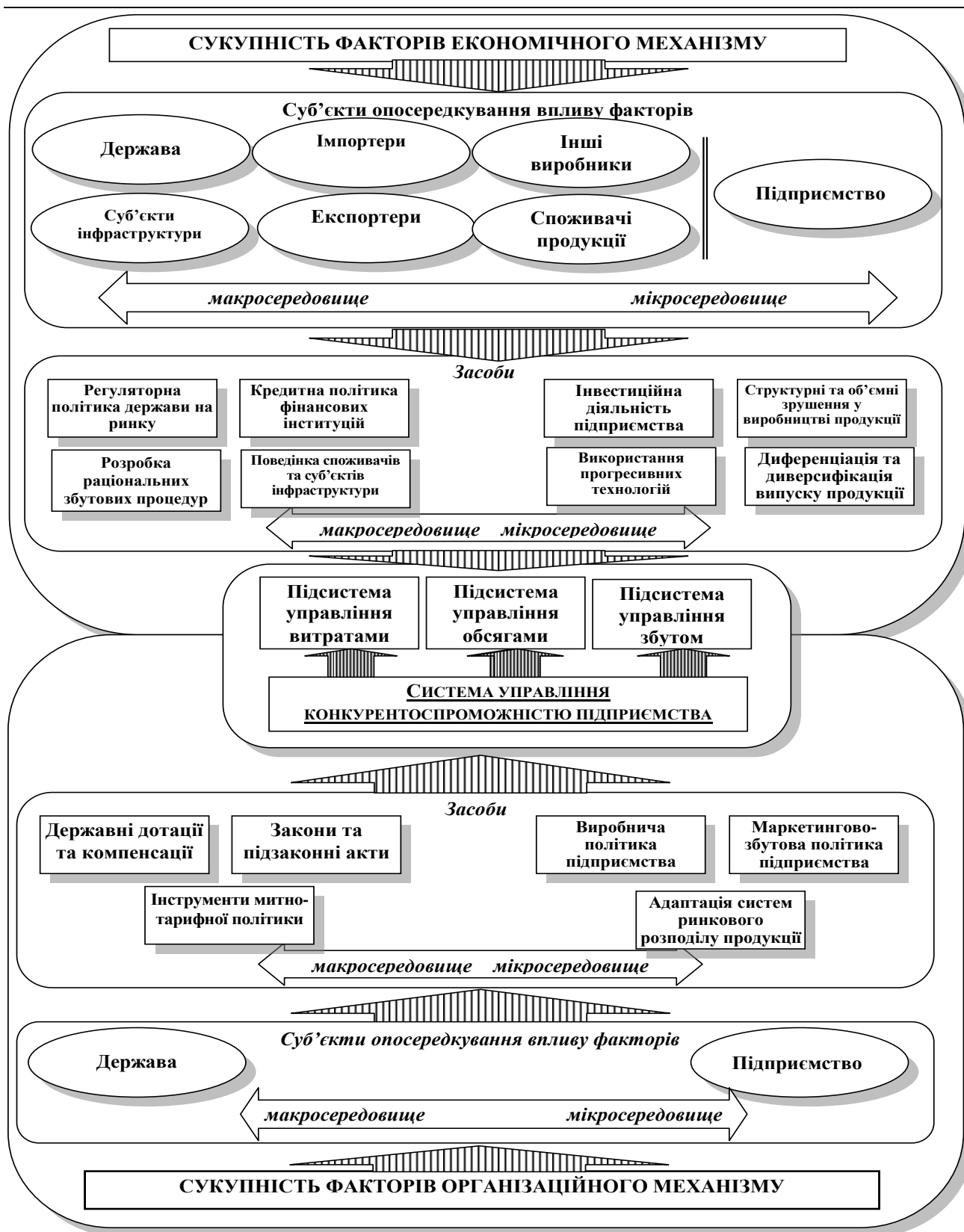


Рис. 2. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства на цільових ринках

\* Розроблено авторами

---

Зокрема, у структурі доходів від реалізації продукції вітчизняними аграрними підприємствами у 2014 році виручка від реалізації зерна становила 35,2 % при рентабельності виробництва та реалізації 29,3%. При цьому рентабельність виробництва та реалізації товарного насіння соняшнику складала 78,6 % [10]. Такі перекося в ефективності не можуть на відбиватися на структурі товарного виробництва аграрних підприємств. Причинами цього є недосконалість ринкової інфраструктури, відсутність у підприємств-товаровиробників власної бази зберігання та можливостей формування комерційно значущих партій більшості видів сільськогосподарської продукції.

Проведені дослідження демонструють, що сучасний стан ринку сільськогосподарської продукції не сприяє побудові гармонійних відносин між аграрним підприємством, посередником, споживачем та державою. Основними шляхами ліквідації вказаних дисбалансів є: вирішення в аграрних підприємствах проблеми зберігання в контексті результативного використання сезонного цінового фактору; стимулювання процесів вертикальної, передусім збутової, інтеграції аграрних підприємств; створення умов для прямого інвестування ресурсів підприємств оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією в економіку аграрних підприємств; підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами сфери виробництва; впорядкування системи державного регулювання розвитку аграрних підприємств та функціонування ринку їх продукції. Реалізація вказаних заходів є запорукою підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств, гармонізації та забезпечення повноти реалізації їх економічних інтересів.

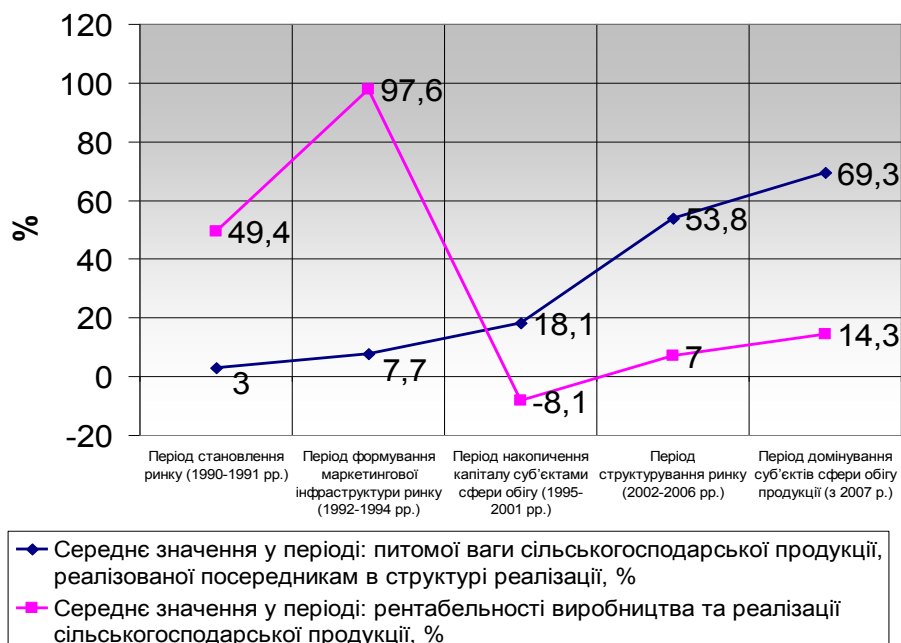
Важливим інструментом ефективного функціонування аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції та підвищення їх конкурентоспроможності є обґрунтоване застосування процедур вибору комбінації каналів ринкового розподілу продукції. Аналіз особливостей розвитку збутових систем аграрних підприємств дозволив виокремити основні періоди їх становлення та порівняти показники рентабельності виробництва і реалізації продукції з питомою вагою обсягу її реалізації посередникам (рис. 3).

Результати зіставлення доводять, що зрушення в структурі ринкового розподілу продукції аграрних підприємств відповідають змінам рентабельності її виробництва та реалізації. При цьому неможливо визначити первинність жодного з порівнюваних показників стосовно змін інших. Це пояснюється тією обставиною, що економічна ефективність діяльності аграрного підприємства залежить від застосованої комбінації каналів ринкового розподілу продукції при побудові конкретної збутової системи, адже отримання економічних результатів виробництва та реалізації продукції відбувається безпосередньо на збутовій стадії виробничо-комерційного циклу. Формування та розвиток систем ринкового розподілу продукції, а отже, і збутових систем аграрних підприємств залежить від повноти реалізації економічних інтересів та ступеня їх пригніченості або домінування на конкретному цільовому ринку. Останнє визначає ринкову поведінку аграрного підприємства, впливає на прийняття тих чи інших рішень у сфері управління збутом продукції, а отже, у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Виконані дослідження дозволили виокремити етапи та закономірності становлення систем управління збутом продукції аграрних підприємств. Встановлено, що об'єктивним критерієм їх трансформації є зміни в структурі використання каналів ринкового розподілу. Враховуючи, що продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на продовольчих ринках є окремими варіантами використання прямого збуту або побудови вертикальних маркетингових систем, критичними є зміни питомої



ваги обсягів продукції, які реалізуються посередникам.



**Рис. 3. Зіставлення рентабельності виробництва та реалізації продукції аграрних підприємств з питоюю вагою продукції, реалізованої посередникам у 1990-2014 рр.\***

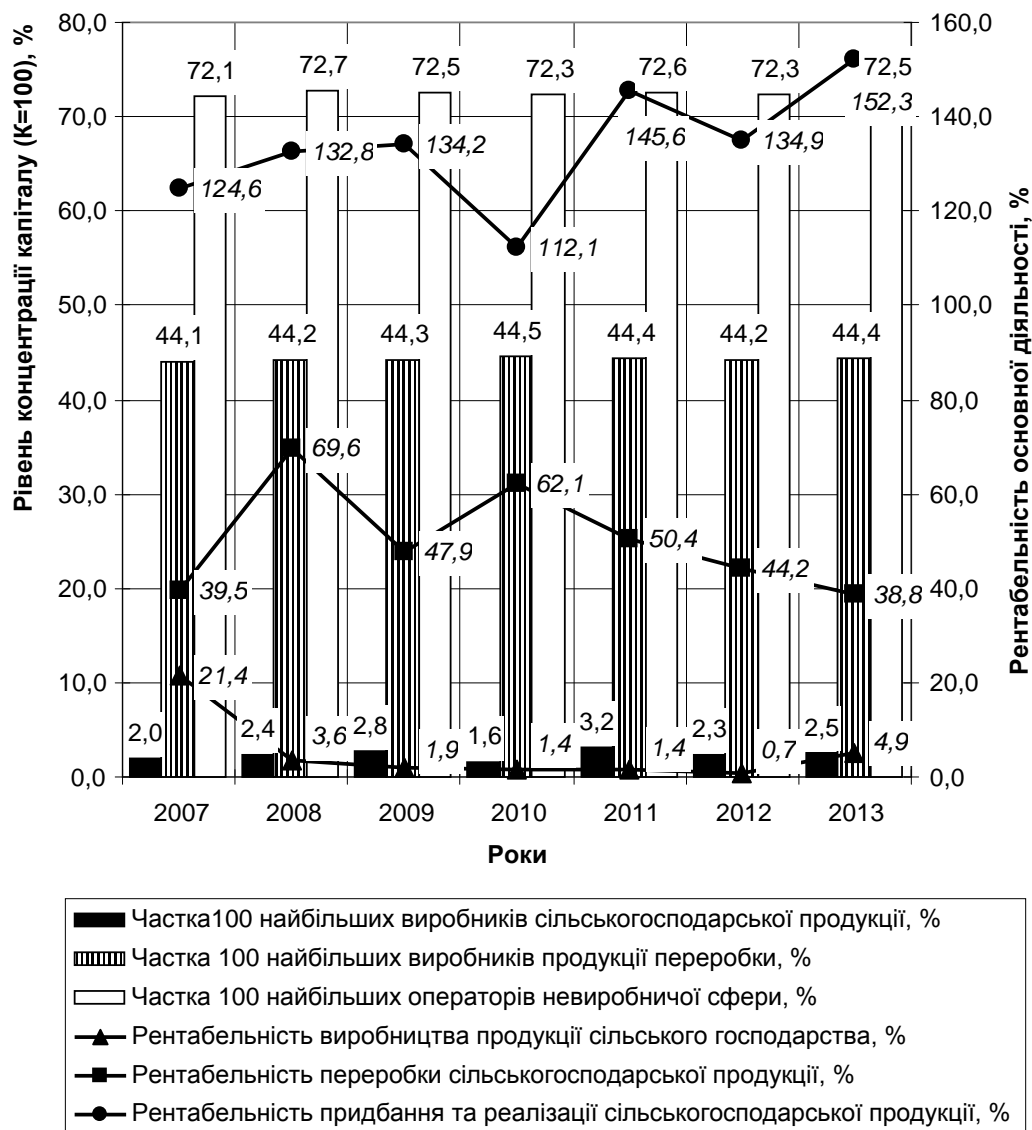
\* Розраховано за даними [10]

Негармонійний характер розподілу доходів між суб'єктами ринку продукції аграрних підприємств є об'єктивним атрибутом функціонування вказаного ринку, а необхідність адаптації до нього стала імперативом здійснення основної діяльності підприємств-товаровиробників. Методичний підхід до ідентифікації причин трансформації конкурентної ситуації в товарно-цільових сегментах ринку продукції аграрних підприємств, заснований на визначенні показників концентрації капіталу, дозволив визначити параметри концентрації капіталу та ступінь їх зв'язку з показниками економічної ефективності діяльності функціональних груп підприємств-учасників зазначених ринків (рис. 4).

Протягом дослідженого періоду майже третина вітчизняних аграрних підприємств зазнала збитків від здійснення основної діяльності, що унеможливило нормальне протікання відтворювальних процесів. Рівень економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств майже в 15 разів нижчий за показники функціонування капіталу підприємств сфери оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Вказане значною мірою гальмує залучення аграрними підприємствами інвестиційних ресурсів, розвиток інтеграційних процесів, нарощення економічного потенціалу підприємств-товаровиробників, підвищення їх конкурентоспроможності.

Зіставлення отриманих результатів співвідношень з реальними економічними результатами діяльності аграрних підприємств доводить об'єктивне існування суттєвих викривлень економічних інтересів аграрних підприємств. Слід зазначити, що обсяг доходів останніх як безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції склав лише третину від ціни її споживання. Вказане не сприяє результативному та інтенсивному розвитку основної діяльності аграрних підприємств. Зазначені дисбаланси більш виражено проявляються на цільових ринках продукції

тваринництва, де лише п'ята частина ціни споживання повертається аграрним підприємствам у вигляді виручки від реалізації продукції. Останнє суттєво скорочує шанси вказаного галузевого напрямку на інтенсифікацію власного розвитку в аграрних підприємствах.



**Рис. 4. Співвідношення рівнів ринкової концентрації, концентрації капіталу та економічної ефективності основної діяльності функціональних груп підприємств – учасників ринку сільськогосподарської продукції у 2007-2013 рр. \***

\*Розраховано за даними [10]

Гармонізація економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської продукції передбачає усунення умов для виникнення цінового диктату з боку тієї чи іншої функціональної групи підприємств – учасників ринку. Шляхом вирішення цього проблемного питання є підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств. При цьому рівень концентрації капіталу в межах тієї чи іншої функціональної групи підприємств – учасників ринку, а саме товаровиробників, посередників, експортерів, переробних підприємств, визначає їх раціональну поведінку, спрямовану на підвищення економічної ефективності

---

діяльності, а отже, і конкурентну політику, адже за інших рівних умов варіантів раціоналізації політики підприємства багато бути не може. Останнє зумовлює застосування відповідних стратегій, як правило, спрямованих на набуття підприємствами достатньої для повноцінної реалізації економічного потенціалу ринкової частки, створення цінових переваг перед конкурентами без суттєвого зниження рівня економічної ефективності власної діяльності тощо. Вказана обставина викликає всі зрушення всередині ринкової інфраструктури, а отже, зумовлює необхідність адаптації підприємства до умов, вплинути на які через недостатню ринкову владу воно не в змозі.

Аналіз факторів створення конкурентних переваг аграрних підприємств та їх продукції полягає у вивченні їх конкурентоспроможності через призму економічної ефективності, отже, основними індикаторами формування та розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств (табл. 1) є: рівень рентабельності виробництва та реалізації продукції, розміри підприємства та масштаб виробництва, ефективність функціонування систем стратегічного планування діяльності, ефективність управління.

У цьому контексті не слід забувати про механізми ринкової саморегуляції, які опосередковуються через кон'юнктурні, цінові та організаційні інструменти та створюють виклики і обмеження до застосування аграрними підприємствами тих чи інших стратегій підвищення конкурентоспроможності та ефективності. Останнє в поєднанні з регуляторним впливом державних інституцій має створювати стимули для конкурентного розвитку цільових ринків продукції аграрних підприємств, мотивувати підприємства до нарощування та більш якісної імплементації свого конкурентного потенціалу. Несистемний характер державної регуляторної політики в аграрній сфері наразі зазвичай призводить до зворотних ефектів. Державне регулювання розвитку суб'єктів аграрного виробництва має передбачати формування та функціонування структурованої системи впливів на протікання соціально-економічних та організаційно-управлінських процесів, які мають опосередковуватися в імплементації чітко визначених важелів та інструментів як прямого, так і непрямого впливу.

Набуття підприємствами тенденції до підвищення рівня економічної ефективності діяльності на тому чи іншому цільовому ринку є свідченням успішної реалізації його конкурентного потенціалу розвитку. Втім, таке підвищення може бути спричинено короткостроковою тенденцією до зростання цін на відповідні види продукції.

Останнє зумовлює моментальний характер змін конкурентоспроможності продукції та тенденційний характер змін конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, важливою ознакою останньої є тривалість та перспективність оперування на визначеному ринку з певним товаром.

З огляду на тривалість перспективи успішної діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції ідентифіковано основні стратегічні пріоритети підвищення їх конкурентоспроможності, до складу яких слід зарахувати: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками із залученням інтеграційних інструментів, створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; збільшення розмірів аграрних підприємств та масштабів виробництва з метою відкриття можливостей для утворення комерційно значущих партій сільськогосподарської продукції; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій у виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; освоєння видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому

ринку, зокрема органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції; раціональне вирішення проблеми зберігання продукції з метою результативного використання сезонних цінових коливань на цільових ринках збуту.

**Таблиця 1. Ідентифікація конкурентного потенціалу через показники економічної ефективності окремих аграрних підприємств Харківської області в показниках 2014 року\***

Показник	Підприємства						
	СК «Восток» Ізюмського району	Агрокомбінат «Слобожанський» Чугуївського району	ПАОП «Зоря» Красноградського району	ПАОП «Промінь» Красноградського району	ДГ «Кутузівка» Харківського району	ТОВ «Новий шлях» Борівського району	ТОВ «Агрофірма імені Гагаріна» Зміївського району
Площа сільсько-господарських угідь, га	10330	5575	10062	5514	8743	3589	4431
- у т.ч. ріллі	6497	5575	9351	5514	7568	3589	3784
Чисельність працівників, осіб	500	716	305	307	289	170	160
- у т.ч. у рослинництві	243	83	95	43	77	69	37
у тваринництві	257	633	210	264	212	101	123
Виручка від реалізації, тис. грн	30401,6	66334,5	34799,8	21533,8	18292,7	5897,4	9059,1
- у т.ч. у рослинництві	7720,5	11589,8	23504,1	11976,1	6192,1	4000,1	3001,3
У тваринництві	21710,8	51690,6	11295,7	8995,6	12100,6	1727,7	6008,1
Повна собівартість, тис. грн	22095,5	130693,4	24830,7	19455,2	16537,3	5872,5	6636,1
- у т.ч. у рослинництві	5717,8	7498,1	15360,4	9598,9	4095,8	2862,7	1733,7
у тваринництві	15328,3	120214,3	9470,3	9126,2	12441,5	2705,9	4877,0
Прибуток (збиток), тис. грн, у т.ч.:	8306,10	-64358,90	9969,10	2078,60	1755,40	24,90	2423,00
продукції рослинництва	2002,70	4091,70	8143,70	2377,20	2096,30	1137,40	1267,60
продукції тваринництва	6382,50	-68523,70	1825,40	-130,60	-340,90	-978,20	1131,10
Рівень рентабельності (збитковості), %, у т.ч.:	37,59	-49,24	40,15	10,68	10,61	0,42	36,51
продукції рослинництва	35,03	54,57	53,02	24,77	51,18	39,73	73,12
продукції тваринництва	41,64	-57,00	19,27	-1,43	-2,74	-36,15	23,19

\* Розраховано за даними ф. 50-СГ «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»

---

Реалізація вказаних стратегічних напрямів у вигляді процедур управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції дозволить останнім підвищити економічну ефективність своєї діяльності, збільшити рівень ринкової влади та ефективно адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Обґрунтована концепція побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств передбачає залучення до його складу елементів та компонент, що належать до зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та відрізняються інтенсивністю впливу на формування рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції на цільових ринках. Вказана концепція дозволяє ефективно адаптувати систему управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства до умов цільових ринків збуту продукції через коректну ідентифікацію його конкурентної структури та визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності та мобілізації конкурентного потенціалу підприємства.

Ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку цільових об'єктних ринків продукції аграрних підприємств. Встановлено, що цільові ринки продукції аграрних підприємств за конкурентною структурою можна класифікувати як ринки олігопсонії та монопсонії на рівні підприємства-товаровиробника. Вказана ідентифікація підтверджується застосуванням методичного підходу, в основі якого лежить визначення інтегрального показника конкурентного розвитку ринку для визначення параметрів кількісної оцінки станів конкурентної структури та напрямів її розвитку.

Гармонізація економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської продукції передбачає усунення умов для виникнення цінового диктату з боку тієї чи іншої функціональної групи підприємств -учасників ринку. Шляхом вирішення цього проблемного питання є підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств. При цьому рівень концентрації капіталу в межах тієї чи іншої функціональної групи підприємств – учасників ринку, а саме товаровиробників, посередників, експортерів, переробних підприємств, визначає їх раціональну поведінку, спрямовану на підвищення економічної ефективності діяльності, а отже, і конкурентну політику, адже за інших рівних умов варіантів раціоналізації політики підприємства багато бути не може. Останнє зумовлює застосування відповідних стратегій, як правило, спрямованих на набуття підприємствами достатньої для повноцінної реалізації економічного потенціалу ринкової частки, створення цінових переваг перед конкурентами без суттєвого зниження рівня економічної ефективності власної діяльності тощо.

### **Список літератури**

1. Амбросов, В. Я. Зібрання наукових праць. Т.5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань. / В. Я. Амбросов. – Х.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.
2. Андрійчук, В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія]. / В. Г. Андрійчук. – [2-ге вид., без змін]. – К., 2006. – 292 с.
3. Гришова, І. Ю. Особливості формування конкурентних переваг в системі конкурентних відносин підприємств харчової промисловості / І. Ю. Гришова, О. В. Митяй // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – № 11. – С. 211-218.

4. Кваша, С. М. Наукові підходи до регулювання аграрного ринку / С. М. Кваша // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С.42-45.
5. Амбросов, В. Я. Наукові положення удосконалення економічного і господарського механізмів розвитку сільського господарства / В. Я. Амбросов, Т. Г. Маренич // Економіка АПК. – № 10. – 2005. – С. 14-19.
6. Онегіна, В. М. Державне регулювання цін і доходів аграрних товаровиробників [монографія]. / В. М. Онегіна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.
7. Могильний, О. М. Регулювання аграрної сфери [монографія] / О. М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.
8. Ульяновченко, О. В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку / О. В. Ульяновченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб.наук.праць – Вип. 252: в 6 т. – Т.6. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1467-1472.
9. Язлюк, Б. О. Формування та реалізація інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства / Б. О. Язлюк // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Економіка. – 2006. – № 20. – С. 149-152.
10. Сільське господарство України за 2014 рік : статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 379 с.

## References

1. Ambrosov, V. Ya. (2010). *Zibrannya naukovykh prats'. T. 5 Ekonomichni umovy vidtvorennya suchasnykh ahroformuvan'*. Kharkiv: NNTs IAE. (in Ukrainian)
2. Andriyчук, V. H. (2006). *Efektivnist' diyal'nosti ahrarnykh pidpryyemstv: teoriya, metodyka, analiz*. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Hryshova, I. Yu. & Mytyay, O. V. (2014). Osoblyvosti formuvannya konkurentnykh perevah v systemi konkurentnykh vidnosyn pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti. *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu*, 11, 211-218. (in Ukrainian)
4. Kvasha, S. M. (2006). Naukovi pidkhody do rehulyuvannya ahrarnoho rynku. *Ekonomika APK*, 7, 42-45. (in Ukrainian)
5. Ambrosov, V. Ya. & Marenych, T. H. (2005). Naukovi polozhennya udoskonalennya ekonomichnoho i hospodars'koho mekhanizmiv rozvytku sil's'koho hospodarstva. *Ekonomika APK*, 10, 14-19. (in Ukrainian)
6. Onehina, V. M. (2007). *Derzhavne rehulyuvannya tsin i dokhodiv ahrarnykh tovarovyrobnykiv*. Kyiv: NNTs IAE. (in Ukrainian)
7. Mohyl'nyy, O. M. (2005). Rehulyuvannya ahrarnoyi sfery. Uzhhorod: IVA. (in Ukrainian)
8. Ul'yanchenko, O. V. (2009). Derzhavna polityka zakhystu i rozvytku konkurentsyyi v ahrarnomu sektori yak metod rehulyuvannya rynku. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*, 252, 1467-1472. (in Ukrainian)
9. Yazlyuk, B. O. (2006). Formuvannya ta realizatsiya investytsiyno-innovatsiynoho potentsialu pidpryyemstva. *Naukovi zapysky Ternop. nats. ped. un-tu im. V. Hnatyuka. Ser. Ekonomika*, 20, 149-152. (in Ukrainian)
10. Sil's'ke hospodarstvo Ukrayiny za 2014 rik. (2015). *Statystychnyy zbirnyk*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 03.03.2016 р.