

**Mykola Mysevych**

*Ph. D., Assistant Professor,  
Associate Professor of Management and Marketing  
Polissya National University*

## **THE FORMATION OF AN EFFECTIVE SYSTEM OF MANAGEMENT FOR THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF HIGH-VALUE AGRICULTURAL ENTERPRISES**

### ***Summary***

*The article examines the factors that affect the formation of an effective system of management for the competitiveness of agricultural products of high-value agricultural enterprises of Zhytomyr region, in particular price, qualitative parameters, cost, profitability. The features of competitive environment of highly commodity agrarian enterprises of Zhytomyr Region have been investigated. The economic evaluation of the resource potential and the economic efficiency of the agrarian production of highly commodity agrarian enterprises have been done and analyzed. The main factors influencing the competitiveness of these enterprises have been revealed. The ways of competitiveness's raising of highly commodity agrarian enterprises have been offered on the basis of the effective providing with the resources and their using, the forming of the effective management system of the agrarian production, the ratio of commodity's raising. The main stages of the system of evaluation and management of the product's competitiveness of high-value agricultural enterprises are determined. Attention is paid to diversification of the production process as one of the main ways of increasing the competitiveness of production of these enterprises. Optimization of the production process is important for the diversification of these enterprises. The provision of additional services that can be offered by high-value agricultural enterprises is the final stage of diversification for them. The main ways to increase the competitiveness of these enterprises of the region by expanding the scope of services are: renting other agricultural machinery enterprises; processing of land plots by the agricultural machinery of these enterprises; provision of services for the application of organic and mineral fertilizers; use of transport, which is on the balance sheet of enterprises, for the needs of the population. It was found that increasing the sales volume of competitive products of high-value agricultural producers in the study area will be facilitated by the creation of agrarian marketing services at these enterprises, which will deal with many issues regarding the promotion of products from producers to intermediaries and end consumers.*

## Вступ

Сільське господарство є однією із пріоритетних галузей економіки Житомирської області. Серед найгостріших проблем ефективного функціонування аграрної сфери слід виділити забезпечення формування ефективної системи управління конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств.

Високотоварне сільськогосподарське підприємство, маючи найвищий рівень потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності, не може вважатися конкурентоспроможним, якщо його потенціал не реалізується в конкурентоспроможну товарну продукцію. Одним із чинників конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств у короткостроковому періоді є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської товарної продукції. Необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції зумовлена важливістю цієї продукції для даних підприємств, що передбачає організацію комплексної системи оцінки та управління конкурентоспроможністю даної продукції, яка поєднує не тільки процес виробництва сільськогосподарської продукції, а й підприємства – постачальники ресурсів та перспективні ринки збуту даної продукції. Наукові основи конкурентоспроможності, в тому числі конкурентоспроможності підприємств і продукції, були закладені такими вітчизняними і зарубіжними авторами як С.Б. Авдашев, В.А. Аронін, І.К. Ахполов, В. Балакшин, І.К. Білявський, В.Г. Герасимчук, Л.Є. Довгань, Ю.Б. Іванов, П. Кіхлі, Ж.-Ж. Ламбен, С. Макбрід, І.В. Максимова, М.Й. Малік, А.П. Минка, О.В. Михайлов, В.Д. Немцов, С. Оборська, Т. Парк, Б.Й.Пасхавер, Д. Сінк, Л.В. Целікова, З.Є. Шершньова, К.В. Щиборщ та ін. Отже, доцільним є дослідження поняття конкурентоспроможності продукції, що здійснює значний вплив на рівень загальної конкурентоспроможності високотоварного сільськогосподарського підприємства.

### **Розділ 1. Сутність високотоварності і конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств**

Особливості сільськогосподарського виробництва, постійна зміна конкурентного середовища поряд із подальшою зміною відносин власності в аграрному секторі економіки призвели до загострення інтересів між сільськогосподарськими товаровиробниками та державою, що спричинило зниження рівня конкурентоспроможності більшості товаровиробників. Процес перебудови структури різних суб'єктів господарювання, що виробляють конкурентоспроможну продукцію – це удосконалення ринкових відносин, а процес формування

конкурентоспроможних високотоварних аграрних структур передбачає створення нормальних стартових умов для їх розвитку.

В розвинутих країнах для оцінки розмірів сільськогосподарських підприємств найчастіше застосовують показник обсягу реалізованої продукції. За цим показником в аграрній сфері, наприклад США, виділяють ферми кількох категорій: найдрібніші, дрібні, середні, великі та найбільші. Міні-ферми, які реалізують продукцію на суму менше 2,5 тис. дол. за рік (рівень товарності – до 10%), становлять 25 % загальної їх кількості й виробляють не більше 1 % валової сільськогосподарської продукції. До другої категорії відносять ферми, які одержують щорічний дохід від реалізації продукції менше 5 тис. дол. До дрібних належать і господарства з доходами від 5 до 20 тис. дол. (рівень товарності – від 10 до 50%). У розряд середніх входять господарські одиниці, річний прибуток яких вимірюється в межах 20-40 тис. дол. (рівень товарності – від 50 до 75%). Великими вважають господарства, які реалізують продукцію на суму від 40 до 200 тис. дол., а до найбільших – ферми, обсяг реалізації яких перевищує 200 тис. дол. (рівень товарності – більше 75%). На них припадає найменша частина сукупного числа ферм, але виробляють вони 1/3 усієї товарної продукції [2, с. 156–157].

Високотоварне виробництво в аграрному секторі – це тип виробництва продукції, що має розповсюдження у розвинутих країнах і заснований на використанні в його процесі передових технологій, спеціалізації господарств та колективних форм організації сільськогосподарського виробництва. При цьому, для формування конкурентоспроможної продукції, яка б могла бути виставлена на ринок, більш сприятливим є прийняття за основу високотоварного виробництва. По-перше, це дозволило б знизити собівартість, а по-друге, якість виробленої таким чином продукції буде значно вищою у порівнянні з продукцією дрібнотоварного виробництва [7, с. 231–232].

В економічній літературі дуже часто поняття «високотоварність» та „великомасштабність» ототожнюють. Проте, критеріями великомасштабності є кількісні (кількість зайнятих працівників, обсяг продажу, балансова вартість активів, річний дохід, обсяг інвестицій тощо), якісні (велика кількість виробленої продукції, велика кількість ресурсів, розвинені системи управління, систематичність менеджменту тощо), економічні (великі ринки збуту, правова незалежність тощо) та статистичні показники (вклад у ВВП, розвиток інновацій тощо). Критерієм для визначення високотоварності підприємства є показник рівня товарності та площа сільськогосподарських угідь [1, с. 57].

Пропонується до *високотоварних сільськогосподарських підприємств* відносити суб'єкти господарської діяльності з загальною площею сільськогосподарських угідь не менше 1000 га, які реалізують власну продукцію на рівні 75% і вище, оцінену у вартісному виразі в поточних цінах реалізації, за виключенням приросту незавершеного виробництва,

приросту вартості молодих багаторічних насаджень і малотоварних продуктів (соломи, зеленої маси, гною). Але до високотоварних сільськогосподарських підприємств слід відносити саме ті виробничі структури, що характеризуються незменшуваним рівнем товарності ( $\geq 75\%$ ) протягом кількох років (не менше 3 років).

Зовнішнім критерієм конкурентоспроможності підприємства під час їхньої діяльності на різноманітних ринках виступає конкурентоспроможність продукції. Конкурентоспроможність товару (продукції) – це багатоаспектне поняття, яке означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама та ін.) [4, с.102–103].

Науковий аналіз літературних джерел, в яких висвітлюється питання конкурентоспроможності товару дає змогу сформулювати трактування конкурентоспроможності товару (продукції) як співвідношення споживчих, маркетингових та економічних характеристик, що поряд із властивими продукції атрибутами й організаційними факторами дозволяють їй задовольняти вимоги споживачів на більш якісному рівні за належної ціни, ніж продукція конкурентів.

Товар є конкурентоспроможним, якщо він володіє певними характеристиками, які враховуються споживачами під час прийняття рішення про придбання товару. Витрати, які внаслідок недостатньо глибокого аналізу попиту споживачів спрямовуються на забезпечення якостей товару, що не мають значення для споживачів, знижують його конкурентоспроможність через необхідність включення їх до ціни [5, с. 128]. На ринку сільськогосподарської продукції переважає нецінова конкуренція, що передбачає суперництво конкурентів за допомогою якісних параметрів, проведення заходів з формування попиту та стимулювання збуту тощо.

На думку Макаренка П.М., якість являє собою базис конкурентоспроможності товару, і тільки в разі певних надзвичайних ситуацій на ринку за низької купівельної спроможності неякісні товари можуть бути конкурентоспроможними. Але, конкурентоспроможність включає лише ті фактори якості, які являють інтерес для основної групи споживачів даного товару і сприяють задоволенню конкретної потреби. Тобто якісніший товар може бути менш конкурентоспроможним, якщо його ціна підвищилася за рахунок надання йому тих параметрів, які не беруться до уваги під час прийняття рішення про придбання основною групою споживачів [3, с. 60–61].

Саблук П.Т., досліджуючи поняття якості й конкурентоспроможності продукції, прийшов до висновку, що різниця між ними полягає в наступному:

– для оцінки конкурентоспроможності необхідно порівняти параметри товару, що аналізується, й конкуруючого товару з рівнем, заданим потребами покупця, а потім співставити отримані результати;

– з позиції якості можуть порівнюватися лише однорідні товари, а з позиції оцінки конкурентоспроможності, де за базу порівняння беруть конкретну потребу, можливі зіставлення також і неоднорідних товарів, тому що вони висвітлюють інші можливості й способи задоволення однієї і тієї ж потреби (функціональна конкуренція);

– конкурентоспроможність – важлива ринкова категорія, що відбиває одну з істотних характеристик ринку – наявність змагальності між його суб'єктами. Якість – це категорія, властива не тільки ринковій економіці [6, с. 56–57].

На нашу думку, головною принциповою відмінністю між якістю та конкурентоспроможністю продукції є те, що якість може бути визначена ще в процесі виробництва продукції, а конкурентоспроможність – лише покупцями, які оцінюють не тільки якісні, але й цінові фактори. Отже, якість виступає основним параметром конкурентоспроможності продукції, проте на неї впливають і багато інших факторів. Ще однією рисою є те, що якість є складовою конкурентоспроможності продукції, її параметром, а, не навпаки.

Таким чином, на конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств впливають потенційна (ресурсна) та поточна конкурентоспроможності (продукції). Проте, не менш важливою та необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності виробничих структур є створення ефективного конкурентного середовища функціонування даних підприємств. Проте, ефективне конкурентне середовище аграрного сектору регіону буде формуватися лише за рахунок діяльності конкурентоспроможних сільськогосподарських підприємств.

## **Розділ 2. Ефективність виробництва конкурентоспроможної продукції у високотоварних сільськогосподарських підприємствах**

Ефективність і конкурентоспроможність виробництва продукції у сільськогосподарському підприємстві визначається показниками виробництва і реалізації рослинницької, тваринницької продукції та продукції інших галузей господарства. Аналіз процесу виробництва основних сільськогосподарських культур у високотоварних підприємствах Житомирської області (табл. 1) свідчить про те, що в період з 2019 по 2021 роки продуктивність рослинництва даних підприємств мала тенденцію до зниження. Так, проведені дослідження результативних показників виробництва основних сільськогосподарських культур в високотоварних сільськогосподарських підприємствах регіону дослідження показали, що обсяги виробництва зерна в 2021 році скоротилися по відношенню до аналогічного показника 2019 року на 2,6 тис.т, або на 0,9%. Відбулося значне скорочення

виробництва цукрових буряків в даній категорії господарств – на 13,2%, або майже на 65 тис. тонн. Однією з причин скорочення виробництва вищезазначених сільськогосподарських культур стало скорочення посівних площ, недостатня кількість внесених органічних та мінеральних добрив, застаріла технічна база більшості господарств тощо.

Таблиця 1

**Виробництво основних сільськогосподарських культур в високотоварних господарствах Житомирської області, тис. т**

Вид продукції	Рік			2021 р. у % до 2019 р.
	2019	2020	2021	
Зерно	291,2	279,3	288,6	99,1
Цукрові буряки	496,7	394,3	431,4	86,8
Картопля	34,2	11,2	46,3	135,4
Овочі	2,7	2,7	2,1	77,8
Плоди і ягоди	0,4	2,1	1,4	350,0

*Джерело: власні дослідження автора*

Аналіз повної собівартості 1 ц основних видів рослинницької продукції досліджуваних підприємств свідчить про її збільшення в 2021 році стосовно зернових культур (на 59,2%), цукрових буряків (на 39,8%), овочей (на 5,6%) в порівнянні з аналогічними показниками 2019 року. Тенденція до підвищення даного показника є характерною і для продукції тваринництва (на яловичину – на 8,4%, на яйця – на 52,0%) (табл. 2).

Таблиця 2

**Собівартість 1 ц основних видів реалізованої продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області, грн.**

Вид продукції	Рік			2021 р. у % до 2019 р.
	2019	2020	2021	
<i>Продукція рослинництва</i>				
Зерно	22,65	30,34	36,07	159,2
Цукрові буряки	9,95	12,08	13,91	139,8
Картопля	42,97	40,34	40,32	93,8
Овочі відкритого ґрунту	32,90	30,78	34,75	105,6
<i>Продукція тваринництва</i>				
Приріст живої ваги ВРХ	433,79	363,40	470,37	108,4
Приріст живої маси свиней	983,32	778,19	894,08	90,9
М'ясо птиці	775,05	425,29	621,02	80,1
Молоко	64,75	59,73	62,55	96,5
Яйця (тис.шт)	145,27	211,56	220,77	152,0

*Джерело: власні дослідження автора*

Одним із найважливіших показників господарської діяльності сільськогосподарських підприємств є рівень рентабельності виробництва аграрної продукції (табл. 3).

Таблиця 3

**Рентабельність виробництва основних видів продукції  
у високотоварних сільськогосподарських підприємствах  
Житомирської області, %**

Види продукції	Рік			2021 р. до 2019 р., (+,-)
	2019	2020	2021	
Зерно	-0,2	67,0	21,3	21,5
Цукрові буряки	-22,7	-4,3	-7,6	15,1
Картопля	-5,1	8,8	2,6	7,7
Овочі відкритого ґрунту	-8,6	26,1	-12,3	-3,7
Приріст живої ваги великої рогатої худоби	-68,5	-45,5	-31,8	36,7
Приріст живої маси свиней	-73,4	-58,7	-27,5	45,9
М'ясо птиці	-32,2	-35,1	-32,0	0,2
Молоко	-50,3	-9,7	-1,0	49,3
Яйця	-13,4	4,1	37,5	50,9

*Джерело: власні дослідження автора*

У високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області прибутковим є виробництво зерна (рентабельність – 21,3%), картоплі (2,6%), яєць (37,5%). Протягом кількох років збитковим стало виробництво цукрових буряків внаслідок високої собівартості та підвищення рівня трудомісткості виробництва одиниці продукції. Так, протягом 2019–2021 років рентабельність виробництва цукрових буряків мала від’ємне значення, хоча в динаміці відбулося збільшення на 15,1%. Основними причинами зниження в динаміці рівня рентабельності виробництва продукції даними підприємствами є підвищення цін на матеріально-технічні ресурси, що включаються у виробничу собівартість, і, навпаки, невисокі реалізаційні ціни сільськогосподарської продукції. Особливо дана проблема проявляється стосовно тваринницької продукції, виробництво якої щороку стає менш вигідним та нерентабельним, окрім виробництва яєць та м’яса овець, рентабельність яких у зазначених підприємствах в 2021 році мала позитивне значення, а по відношенню до 2019 року збільшилась відповідно на 50,9% і 86,6%.

Проведений нами аналіз конкурентоспроможності окремих видів сільськогосподарських культур, які виробляються високотоварними сільськогосподарськими підприємствами Житомирської області (табл. 4) показав, що в розрахунку на 1 га с.-г. угідь найвищий рівень виручки мають картопля і овочі.

**Порівняльна конкурентоспроможність основних галузей  
рослинництва високотоварного сільськогосподарського  
виробництва Житомирської області, 2021 р.**

Показник	Зернові	Цукрові буряки	Картопля	Овочі
Питома вага в структурі посівних площ, %	61,8	11,8	0,3	0,2
<i>Отримано на 1 га посіву, грн.:</i>				
- виручки від реалізації продукції	678	2197	2400	2577
Індекс ефективності за виручкою (база – зернові 1,0)	1,00	3,24	3,54	3,80
- прибутку	179	84	95	112
Індекс ефективності за прибутком (база – зернові 1,0)	1,00	0,47	0,53	0,63
Рівень рентабельності, %	35,7	- 11,5	2,2	4,5

*Джерело: власні дослідження автора*

Основними факторами поточної конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств є ціна, якість та собівартість сільськогосподарської продукції, що порівнюються з аналогічними параметрами сільськогосподарської продукції конкурентів. За формулами 1.4-1.6, наведених в п.1.3., були визначені рівні конкурентоспроможності озимої пшениці, цукрових буряків, молока для кожного високотоварного сільськогосподарського підприємства регіону дослідження.

Групування високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області за рівнем конкурентоспроможності продукції наведено в таблиці 5.

Дані таблиці свідчать про те, що існує зв'язок між показниками конкурентоспроможності продукції та рівнем товарності. Тобто, чим вище рівень конкурентоспроможності продукції, тим більше обсяги її реалізації кінцевим споживачам (рівень товарності). Так, значна частина високотоварних сільськогосподарських підприємств (46) в 2021 році мали середній рівень поточної конкурентоспроможності (від 0,51 до 0,70) з рівнем товарності 96,8%. 28 високотоварних сільськогосподарських підприємств вже досягли високого рівня конкурентоспроможності продукції (більше 0,7) внаслідок низької собівартості виробленої продукції і низького рівня ціни. Проте, ще досить значна частина (24) цих формувань залишаються на низькому рівні поточної конкурентоспроможності внаслідок високого рівня трудомісткості і собівартості виробленої продукції.



**Вплив конкурентоспроможності продукції на рівень товарності високотоварних сільськогосподарських підприємств, 2021 р.**

Показник	Рік	Групи господарств за індексом конкурентоспроможності продукції				IV гр. до. I, (+,-)
		I до 0,3	II 0,31-0,50	III 0,51-0,7	IV > 0,7	
Кількість господарств у групі	2019	26	26	43	29	3
	2020	24	27	44	29	5
	2021	24	26	46	28	4
Середній індекс потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності	2019	0,26	0,42	0,57	0,75	0,49
	2020	0,28	0,45	0,65	0,78	0,50
	2021	0,29	0,43	0,61	0,82	0,53
Виробництво валової продукції у фактичних цінах реалізації на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	2019	43,6	57,3	62,8	66,9	23,3
	2020	44,9	59,4	64,5	69,0	24,1
	2021	47,1	60,5	65,7	69,8	22,7
Рівень товарності підприємства, %	2019	86,7	93,5	94,1	95,8	9,1
	2020	84,3	95,1	95,5	96,9	12,6
	2021	85,8	96,1	96,8	98,2	12,4

*Джерело: власні дослідження автора*

Після приведення поточної та потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності до порівняльних величин було здійснено групування високотоварних сільськогосподарських підприємств регіону за рівнем загальної конкурентоспроможності підприємств (табл. 6).

Згідно даних таблиці можна зробити висновок, що на рівень конкурентоспроможності високотоварного с.-г. підприємства впливає обсяг виробництва валової продукції та обсяг реалізації товарної продукції (рівень товарності). Так, частина високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області (18) в 2021 році досягла низького рівня конкурентоспроможності (до 0,3), що стало наслідком або низького рівня потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності чи конкурентоспроможності продукції, або двох показників одночасно (рівень виробництва валової продукції в розрахунку на 100 га с.-г. угідь складає 48,9 тис.грн., а рівень товарності підприємства – 88,9%). Проте, велика кількість цих підприємств (78) мають резерви до подальшого підвищення власної конкурентоспроможності, оскільки досягли середнього значення показника конкурентоспроможності підприємства за рахунок підвищення ефективності використання ресурсів та збільшення обсягів реалізації виробленої сільськогосподарської продукції.

**Групування високотоварних сільськогосподарських підприємств  
за показником конкурентоспроможності підприємства**

Показник	Рік	Групи господарств за індексом конкурентоспроможності підприємства				IV гр. до. I, (+,-)
		I до 0,3	II 0,31-0,50	III 0,51-0,7	IV > 0,7	
Кількість господарств у групі	2019	19	37	39	29	10
	2020	21	36	41	26	5
	2021	18	37	41	28	10
Середній індекс потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності	2019	0,27	0,42	0,57	0,79	0,52
	2020	0,23	0,45	0,55	0,81	0,58
	2021	0,25	0,48	0,64	0,83	0,58
Виробництво валової продукції у фактичних цінах реалізації на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	2019	44,2	58,4	62,8	67,4	23,2
	2020	43,7	59,6	64,5	68,3	24,6
	2021	48,9	61,7	65,7	72,5	23,6
Рівень товарності підприємства, %	2019	88,4	90,6	94,1	94,3	5,9
	2020	88,3	90,3	95,5	93,9	5,6
	2021	88,9	91,2	96,8	96,3	7,4

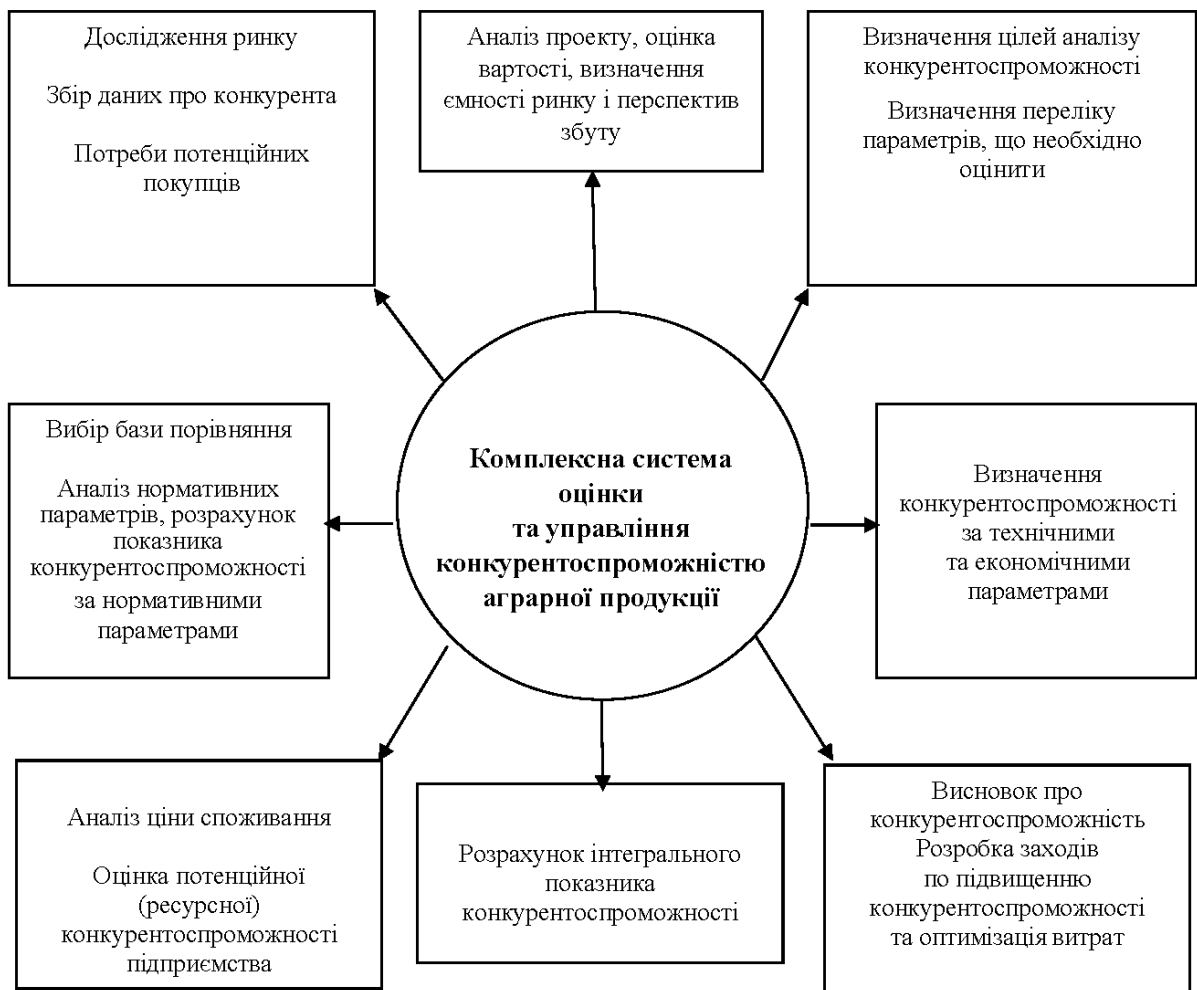
*Джерело: власні дослідження автора*

Отже, очевидним є тісний взаємозв'язок між показниками конкурентоспроможності високотоварного сільськогосподарського підприємства, конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності та рівнем товарності високотоварного сільськогосподарського підприємства. З метою підвищення показника рівня товарності необхідними є здійснення маркетингових, особливо логістичних, заходів високотоварними підприємствами з метою пошуку нових ринків збуту продукції, вивчення потенційних покупців, посередників та конкурентів; створення служб маркетингу з метою формування попиту та стимулювання збуту сільськогосподарської продукції тощо.

**Розділ 3. Формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств**

Високотоварне сільськогосподарське підприємство, маючи найвищий рівень потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності, не може вважатися конкурентоспроможним, якщо його потенціал не реалізується в конкурентоспроможну товарну продукцію. Одним із чинників конкурентоспроможності високотоварних сільськогосподарських підприємств у короткостроковому періоді є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської товарної продукції.

Необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції зумовлена важливістю цієї продукції для даних підприємств, що передбачає організацію комплексної системи оцінки та управління конкурентоспроможністю даної продукції, яка поєднує не тільки процес виробництва сільськогосподарської продукції, а й підприємства – постачальники ресурсів та перспективні ринки збуту даної продукції (рис. 1).



**Рис. 1. Комплексна система оцінки та управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції високотоварних сільськогосподарських підприємств**

*Джерело власні дослідження автора*

Збирання інформації щодо аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників конкурентного середовища високотоварних сільськогосподарських підприємств регіону, вимог споживачів до продукції, яка випускається даними підприємствами та динамічні тенденції реалізації продукції на ринках є першим етапом системи оцінки та управління

конкурентоспроможністю товарної сільськогосподарської продукції, оскільки ступінь її конкурентоспроможності визначають споживачі. Від результатів даного аналізу залежить напрям, у якому будь-яке високотоварне сільськогосподарське підприємство матиме можливість підвищувати конкурентоспроможність власної продукції.

Високотоварні сільськогосподарські підприємства з високим рівнем потенційної (ресурсної) конкурентоспроможності, які планують досягти високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, мають створити окремий підрозділ у своїй структурі, на який буде покладено завдання щодо стимулювання та контролю за якісними та ціновими чинниками сільськогосподарської продукції, а саме:

- планування комплексу заходів щодо покращання технології виробництва товарної сільськогосподарської продукції шляхом впровадження у виробництво досягнень НТП та більш повне задоволення потреб споживачів у даній сільськогосподарській продукції;

- забезпечення контролю за усіма виробничими операціями у високотоварному сільськогосподарському підприємстві з безумовним дотриманням вимог до них, передбачених заходами щодо підвищення конкурентоспроможності товарної сільськогосподарської продукції в технологічних картах або посадових інструкціях;

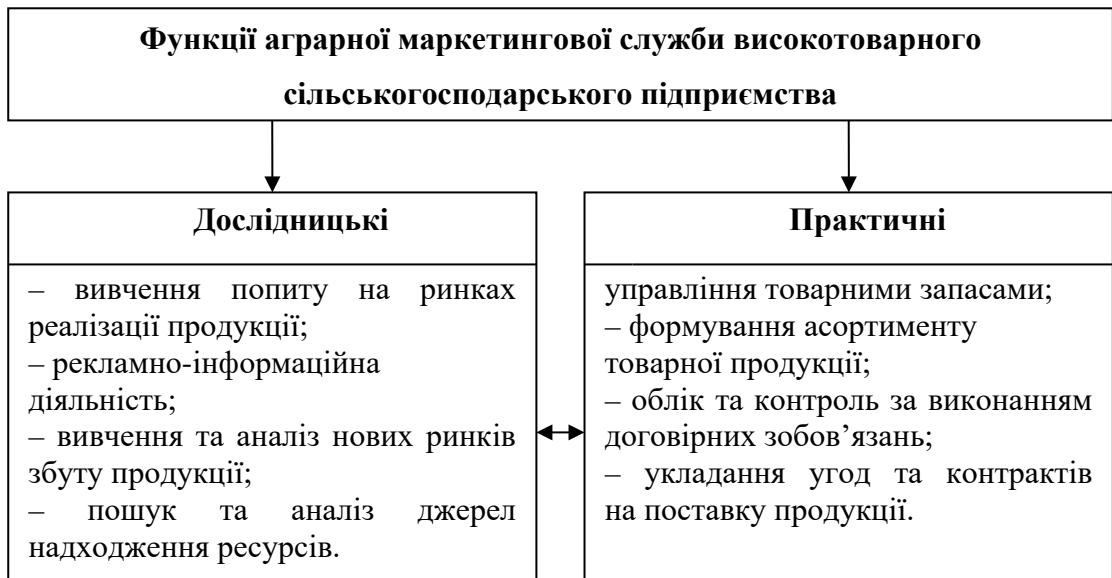
- інформаційне та нормативне забезпечення процесу виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, збір і аналіз оперативної інформації щодо якості даної продукції;

- якісна підготовка та постійне підвищення кваліфікації працівників високотоварних сільськогосподарських підприємств з метою переорієнтування їх на сумлінне виконання своїх посадових обов'язків з неухильним дотриманням трудової та технологічної дисципліни.

Підвищенню обсягів реалізації конкурентоспроможної продукції високотоварних сільськогосподарських товаровиробників регіону дослідження сприятиме створення на даних підприємствах аграрних маркетингових служб, що будуть займатися вирішенням багатьох питань щодо просування продукції від товаровиробників до посередників та кінцевих споживачів (рис. 2).

За умов надходження достовірної інформації щодо ситуації на аграрному ринку, яка визначає обсяги купівлі – продажу сільськогосподарської продукції на ньому, і сприяє налагодженню ділових стосунків між сільськогосподарськими виробниками, постачальниками ресурсів та споживачами продукції, аграрна маркетингова служба на високотоварних сільськогосподарських підприємствах працює ефективно. Ефективне функціонування аграрної маркетингової служби високотоварного сільськогосподарського підприємства прямо пропорційна рівню кваліфікації її працівників. Керувати аграрною маркетинговою службою повинні висококваліфіковані спеціалісти, які спеціалізуються на особливостях

виробництва, маркетингу, ціноутворення, товароруху і збуту продукції, рекламі в сільському господарстві тощо. Кваліфікаційний склад аграрної маркетингової служби повинен формуватися із спеціалістів, які досліджують ситуації на аграрних ринках, товарознавців, спеціалістів із логістики та інформаційних систем, експедиторів тощо.



**Рис. 2. Напрямки діяльності аграрної маркетингової служби високотоварного сільськогосподарського підприємства**

*Джерело: власні дослідження автора*

Оскільки, в сучасних умовах в Житомирській області наявним є брак висококваліфікованих спеціалістів із маркетингу в сільському господарстві, створення аграрних маркетингових служб на більшості високотоварних сільськогосподарських підприємств є нереальним. Тому, спочатку пропонується створення відповідної служби при обласних та районних управліннях агропромислового розвитку. Впровадження аграрних маркетингових служб на високотоварних сільськогосподарських підприємствах Житомирської області, коли їхній кадровий потенціал та економічні умови сприятимуть цьому, дасть можливість організувати ефективний збут сільськогосподарської продукції та призведе до забезпечення і підвищення конкурентоспроможності даних підприємств.

### **Висновки**

В умовах монополізму переробних підприємств, існування «цінових ножиць» на сільськогосподарську та промислову продукцію, відсутності системної державної політики, зменшення питомої ваги сировини в ціні

кінцевого продукту, основним і найефективнішим методом збільшення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції для високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області є інтеграція з переробними галузями. Високотоварні сільськогосподарські підприємства мають великі можливості для здійснення диверсифікації у таких видах діяльності, як виробництво борошна, консервованих овочів і фруктів, ковбасних виробів, сметани, сирів, вирощування коней, виробництво тари та пакувальних матеріалів тощо.

Створення у структурі високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області служб маркетингу дасть змогу покращити процеси реалізації продукції у аспекті удосконалення актів купівлі-продажу, що дозволить підвищити прибутковість їх діяльності, а відповідно сприятиме підвищенню конкурентоспроможності даних підприємств.

Забезпеченню конкурентоспроможності аграрної продукції та високотоварних сільськогосподарських підприємств сприятимуть заходи, спрямовані на формування та функціонування повноцінної інфраструктури аграрного ринку, а саме: ефективне інформаційне забезпечення даних підприємств з метою отримання необхідної об'єктивної інформації про ринки ресурсів та сільськогосподарської продукції, конкурентів, споживачів тощо; створення служб маркетингу при обласних управліннях агропромислового розвитку та безпосередньо на самих підприємствах за умови забезпечення висококваліфікованими кадрами; створення дорадчих служб з метою їх наближення до потреб зазначених підприємств, пов'язаних з отриманням оперативної та повної інформації про досягнення НТП в галузі сільськогосподарського виробництва, про тенденції на ринках виробничих ресурсів та продовольчих ринках, зміни в законодавстві тощо.

Реалізація запропонованих рекомендацій високотоварними сільськогосподарськими підприємствами дозволить підвищити рівень поточної конкурентоспроможності за рахунок ефективного використання наявного ресурсного потенціалу, підвищення обсягів виробництва рентабельних видів продукції, і, навпаки, зменшення збиткових. Конкурентоспроможна товарна сільськогосподарська продукція та потенційна (ресурсна) конкурентоспроможність забезпечать високотоварним сільськогосподарським підприємствам високий рівень загальної конкурентоспроможності та сприятимуть їхньому гармонійному розвитку в ринкових умовах господарювання.

### **Список використаних джерел:**

1. Збарський В. К. Проблеми поєднання малих, середніх та великих підприємств. *Агроінком*. 2014. № 7-8. С. 54–62.
2. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки. Київ : ННЦ ІАЕ УААН, 2012. 680 с.

3. Макаренко П. М. Ринкова трансформація аграрного сектора: теорія та практика: монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2013. 373 с.
4. Мацибора В.І., Задравних В.К., Мацибора Т.В. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Каравела, 2009. 312 с.
5. Портер М. Международная конкуренция. Москва : Междунар. отношения, 1993. 896 с.
6. Саблук П. Т. Особливості аграрної реформи в Україні. Київ : ЗАТ «Нічлаво», 1997. 304 с.
7. Трегобчук В. М., Скурська Н. М. Соціально-економічні та екологічні проблеми нового етапу реформування земельних відносин. Проблеми формування ринкової економіки: Спец. випуск. Реструктуризація аграрних підприємств і земельна реформа: стан, проблеми і перспективи. ЕС : КНВУ, 2000. С. 229–233.

### **References:**

1. Zbarskyi V.K. (2014) Problemy poiednannia malykh, serednykh ta velykykh pidpriumstv [Problems of combining small, medium and large enterprises]. *Ahroinkom*, no. 7-8, pp. 54–62.
2. Makarenko P.M. (2012) Modeli ahrarnoi ekonomiky [Models of agricultural economics]. Kyiv: NNTs IAE UAAN, 680 p.
3. Makarenko P.M. (2013) Rynkova transformatsiia ahrarnoho sektora: teoriia ta praktyka: monohrafiia [Market transformation of the agricultural sector: theory and practice: a monograph]. Zaporizhzhia: Zaporizkyi natsionalnyi universytet, 373 p.
4. Matsybora V.I., Zdravnykh V.K., Matsybora T.V. (2009) Ekonomika pidpriumstva : navch. posibnyk [economics of the enterprise: textbook. manual]. Kyiv: Karavela, 312 p.
5. Porter M. (1993) Mezhdunarodnaia konkurentsiiia [International competition]. Moskva: Mezhdunar. otnosheniya, 896 p.
6. Sabluk P.T. (1997) Osoblyvosti ahrarnoi reformy v Ukraini [Features of agrarian reform in Ukraine]. Kyiv: ZAT «Nichlavo», 304 p.
7. Trehobchuk V.M., Skurska N.M. (2000) Sotsialno-ekonomichni ta ekolohichni problemy novoho etapu reformuvannia zemelnykh vidnosyn [Socio-economic and environmental problems of the new stage of reforming land relations]. Problemy formuvannia rynkovoї ekonomiky: Spets. vypusk. Restrukuryzatsiia ahrarnykh pidpriumstv i zemelna reforma: stan, problemy i perspektyvy. ES: KNVU, pp. 229–233.