

13. Sobutsky, S. "Rural green tourism: prospects for development." Visnuk, www.visnuk.com.ua/en/pubs/id/90010301 Accessed 05 Nov.2020.
14. "Life tourism of green tourism: how to turn the village into tourist locations." i.factor, i.factor.ua/ukr/journals/rs/2019/september/issue-3/article-70474.html Accessed 05 Nov.2020.
15. "Agrotourism clusters - an effective mechanism for rural development in Ukraine." vassr, vassr.org/node/3586 Accessed 05 Nov. 2020.
16. "Would grow together or, which hinders the development of agricultural clusters in Ukraine." agravery, agravery.com/uk/posts/show/zrostali-b-razom-abo-so-zavazae-rozvitku-agroklasteriv-v-ukraini Accessed 05 Nov.2020.

УДК 338.242.2

doi: 10.15330/apred.2.16.220-229

Бойдуник В.Р.¹, Бойдуник Н.М.²

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ ДЕФІНІЦІЇ

¹ Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра обліку і аудиту,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76010, Україна,
тел.: +380507120094,
e-mail: bvr9559@gmail.com

² Тлумачький коледж Львівського національного аграрного університету
Міністерство освіти і науки України,
вул. Винниченка, 8, м. Тлумач,
78000, Україна,
тел.: +380505031930,
e-mail: boidunykina@gmail.com

Анотація. У статті розглянуто наукові підходи сутності та трактування понять "конкурентоспроможність", "конкурентоспроможність галузі", "конкурентоспроможність товару", та "конкурентоспроможність підприємств". Аналіз теоретичних визначень "конкурентоспроможності підприємства" дозволив виділити декілька підходів до її розуміння. Визначено, що на сьогодні існує немала кількість тлумачень поняття «конкурентоспроможність підприємства», однак не існує єдиного трактування. Зроблено висновок, що ця категорія характеризується переліком властивостей, які є достатніми для розкриття її теоретичних основ.

Досліджено, що поняття конкурентоспроможність є однією з основних категорій і широко використовується в теорії та практиці економічних наук.

Визначено, що суттєвими елементами у конкурентній боротьбі є конкурентні переваги, які можуть створюватися різними шляхами, тому з метою швидкого їх набуття необхідно їх класифікувати. Охарактеризовано групи конкурентних переваг діяльності підприємства та здійснено їх поділ за джерелами виникнення на зовнішні і внутрішні. Досліджено, що конкурентна перевага – наявність у сільськогосподарського підприємства або іншого суб'єкта господарювання будь-якої значущості, що дає їй перевагу над конкурентами.

Проаналізовано основні фактори, що забезпечують формування ефективної конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах. Виокремлено основні конкурентні переваги, які мають відповідати таким вимогам: бути унікальними;

убезпечувати споживчі вигоди для покупців та високу прибутковість для сільськогосподарського підприємств; мати динамічний характер, та бути важкими для імітації з боку конкурентів.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємств, конкурентні переваги, конкурентна стратегія, фактори.

Boidunyk V.R.¹, Boidunyk N.M.²,

COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE: METHODOLOGY OF THE ANALYSIS OF DEFINITION

¹ Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Accounting
and Audit,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76010, Ukraine,
tel.: +380507120094,
e-mail: bvr9559@gmail.com

² Tlumach College of Lviv National Agrarian
University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
street Vinnichenko, 8, Tlumach,
78000, Ukraine,
tel.: +380505031930,
e-mail: boidunykknina@gmail.com

Abstract. The article considers the scientific approaches to the essence and interpretation of the concepts of "competitiveness", "industry competitiveness", "product competitiveness", and "enterprise competitiveness". The analysis of theoretical definitions of "enterprise competitiveness" allowed us to identify several approaches to its understanding. It is determined that today there are many interpretations of the concept of "enterprise competitiveness", but there is no single interpretation. It has been concluded that this category is characterized by a list of properties that are sufficient to reveal its theoretical foundations.

It has been investigated that the concept of competitiveness is one of the main categories and is widely used in the theory and practice of economic sciences.

It has been determined that the essential elements in the competition are competitive advantages and they can be created in different ways, so in order to quickly acquire them, it is necessary to classify them. The groups of competitive advantages of the enterprise activity are characterized and their division according to the sources of their origin into external and internal ones is carried out, they must meet certain requirements in terms of value. It has been studied that a competitive advantage is the presence of an agricultural enterprise or other business entity of any significance, which gives it an advantage over competitors.

The main factors that ensure the formation of effective competitiveness of agricultural enterprises in market conditions have been analyzed. The main competitive advantages are identified, which should be answered as follows: to be unique; provide consumer benefits for customers and high profitability for the agricultural enterprise; be dynamic in nature, and be important for imitation by competitors.

Key words: competition, competitiveness, competitiveness of enterprises, competitive advantages, competitive strategy, factors.

Вступ. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є гарантією отримання стабільного прибутку сільськогосподарських підприємств. Для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції на ринку, підприємству потрібно

безперервно розробляти заходи щодо підвищення конкурентоспроможності. Тому дослідження конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є актуальними для економіки України.

Вирішальними критеріями конкурентоспроможності є обсяг продажу та стабільне місце сільськогосподарського підприємства на ринку в умовах, що постійно змінюються. На конкурентоспроможність мають вплив фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, тобто – це критерій ефективності ринкової економіки, стійкості і виживання підприємства.

Дослідженню теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці Г. Л. Азоева, І. Ансоффа, З. А. Васильєвої, Ф. Еджуорт, П. С. Зав'ялова, Д. Кемпбела, Ф. Котлера, А. Курно, Ж.-Ж. Ламбена, М. Г. Миронова, М. Портера, Дж. Робінсона, Ю. В. Рубіна, С. І. Савчука, М. К. Старовойтова, Дж. Стоунхауса, Р. А. Фатхутдінова, Б. Х'юстона, В. Г. Шинкаренко, А. Ю. Юданова, та ін. Слід зауважити, що чимало питань потребують подальшого дослідження, а саме, з'ясування економічного змісту поняття конкурентоспроможності підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз різних думок вчених стосовно сутності понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств» та дефініції системи факторів, визначення стратегії, що впливає на конкурентоспроможність підприємств.

Результати. Для розвитку конкурентних відносин велике значення має дослідження поняття “конкурентоспроможність підприємства”, тобто з'ясування сутності категорії “конкуренція”, “конкурентоспроможність”, “конкурентні переваги”, “конкурентна стратегія”.

Конкуренція є однією з базових економічних категорій та суттєвою характеристикою ринкового господарства. Етимологія терміну “конкуренція” (пізньолат. *concurrentia* – змагання, від *concurrere* – стикатися) означає суперництво між виробниками (продавцями) товарів або між будь-якими суб'єктами ринкових відносин за ринки збуту товарів задля вищих доходів, прибутку та інших вигод [17].

Конкуренція є частиною ринкового середовища діяльності сільськогосподарського підприємства. Дослідженням проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років ХХ століття в Україні не займалися через брак необхідності, проте в сьгоднішніх умовах даної економічної системи і конкурентної боротьби, це питання стає дуже актуальним.

У законодавстві України присутнє наступне визначення: “економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання задля здобуття власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, отримують можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а у свою чергу, окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [11].

В теперішній час етапі немала кількість трактувань терміну “конкуренція”, які згруповано у табл. 1.

Наукові підходи до визначення сутності поняття “конкуренція”

Scientific approaches to defining the essence of the concept of “competition”

Автор	Визначення поняття “конкуренція” – це:
Адам Сміт [19, с. 423]	змагання між продавцями та покупцями за найбільш вигідні умови продажу і купівлі відповідно.
Юданов А. Ю. [21]	боротьба фірми за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться ними на доступних сегментах ринку.
К. Макконел, С. Брю [14]	як присутність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього.
М. Портер [16]	рухливий процес, який ґрунтується на оновленні та пошуку стратегічних відмінностей, це перспектива, яка безперервно змінюється, та на якій з’являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та ринкові сегменти.

Спроможність видержувати конкуренцію характеризує така економічна категорія, як конкурентоспроможність. Ринкові умови господарювання диктують умови та вимагають підтримки високого рівня конкурентоспроможності – однієї із головних складових успіху підприємства на внутрішніх і міжнародних ринках. Термін “конкурентоспроможність” застосовується до товарів або продукції, до виробників або надавачів послуг, до регіонів і навіть окремих країн та національних економік. Визначення сутності поняття “конкурентоспроможність” подано у табл. 2.

Суттєвими елементами в конкурентній боротьбі є конкурентні переваги. Конкурентна перевага – наявність у сільськогосподарського підприємства або іншого суб’єкта господарювання будь-якої значущості, що дає їй перевагу над конкурентами. Конкурентні переваги за цінністю повинні відповідати таким вимогам:

- бути унікальними (ексклюзивними);
- забезпечувати споживчі вигоди для покупців та високу прибутковість для сільськогосподарського підприємств;
- мати динамічний характер, тобто постійно переминюватися під впливом зовнішніх факторів;
- бути важкими для імітації з боку конкурентів.

Конкурентні переваги можуть створюватися різними шляхами, тому з метою швидкого набуття необхідно їх класифікувати. В економічній літературі вирізняють багато ознак класифікації. Так, А. В. Войчак та Р. В. Камишніков конкурентні переваги за джерелами їх виникнення поділяють на внутрішні і зовнішні [4, с. 51].

Визначення сутності поняття “конкурентоспроможність”

Defining the essence of the concept of “competitiveness”

Автор	Визначення поняття “конкурентоспроможність”
М. Портер [16, с. 40]	є відображенням відносного рівня ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства виробничих ресурсів.
Воронін Г. [5, с. 18]	багатостороннє поняття, що включає в себе не тільки якісні і цінові параметри промислової продукції, але й залежить від рівня менеджменту, управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складової в діяльності підприємства.
Гринько Т.В. [7, с. 51]	це здатність підприємства господарювати ефективніше, ніж інші підприємства-конкуренти у визначеному сегменті ринку
Фатхуддінов Р.А. [20, с. 23]	є властивістю об’єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об’єктами, що є на даному ринку.
Савчук О. [18, с. 58]	це здатність у ході суперництва добиватися кращих результатів в декотрій діяльності, сфері функціонування та повинна визначатися конкурентоспроможністю часткових видів продукції, яку випускає воно.
Дикань В.Л. [8, с. 30]	це особливе поєднання характеристик об’єкта, які визначають його місце в ієрархічній системі оцінок об’єктів, що до нього подібні.
Ярошенко С.П. [22, с. 136]	є здатністю підприємства діяти в умовах ринкових відносин, що отримують прибуток, який є достатнім для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки якості продукції на високому рівні. Тобто конкурентоспроможність виробництва в головному зводиться до конкурентоспроможності продукції.

Внутрішні конкурентні переваги – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності сільськогосподарського підприємства, які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів. До внутрішніх переваг можна віднести: виробничі, технологічні, класифікаційні, організаційні, управлінські, інноваційні, наслідкові, економічні, географічні.

Зовнішні конкурентні переваги – це ті, які ґрунтуються на спроможності сільськогосподарських підприємств створити більш значущі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності. Відповідно, зовнішні переваги – це інформаційні, конструктивні, якісні, кон’юнктурні, сервісні, цінові, збутові, комунікаційні [4, с. 52].

Зрозуміло, що основою загальної конкурентної переваги підприємства є внутрішні конкурентні переваги. Та це лише здатність досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Тому, що зовнішні конкурентні переваги, не лише, орієнтують підприємство на розвиток та використання внутрішніх переваг, а й, забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, мають чітку поведінку щодо діяльності задоволення потреб конкретної групи споживачів. В теперішніх умовах високий ступінь конкурентоспроможності підприємств залежить передусім від високого ступеня

конкурентоспроможності продукції. За рахунок створення конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами-конкурентами досягається конкурентоспроможність підприємства, тобто за рахунок таких самих методів, що й конкурентоспроможність продукції, зважаючи на те, що ці поняття органічні між собою рис. 1.

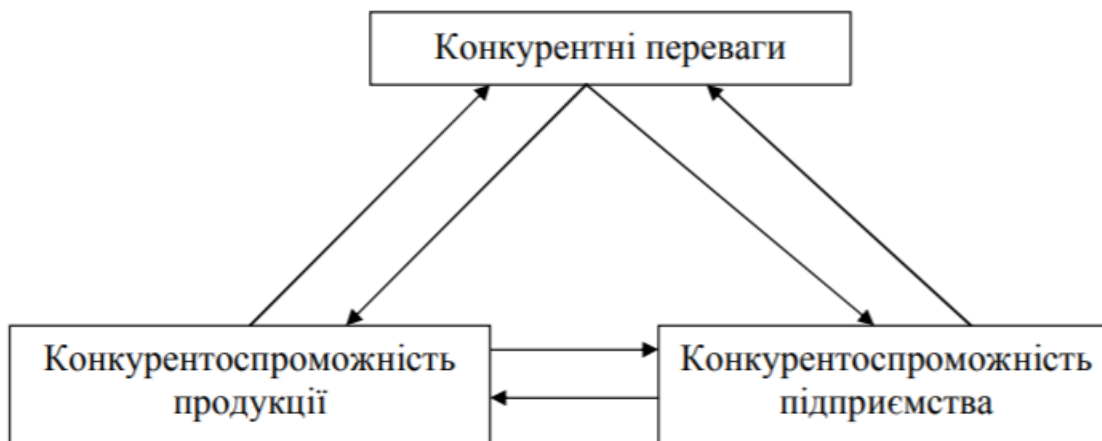


Рис. 1. Взаємозв'язок конкурентних переваг і конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств і продукції

Fig. 1. Relationship between competitive advantage and competitiveness of agricultural enterprises and products

* Джерело: сформовано на основі джерела [9]

Можливість підприємства вести конкурентну боротьбу на товарному ринку прямо залежить від конкурентоспроможності його продукції. Тому, для визначення механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства неможливо обійтися без обґрунтування значення конкурентоспроможності продукції. Підприємство може мати високий рівень конкурентоспроможності продукції в одних умовах і середній рівень в інших умовах. Все це можна дослідити за допомогою прогнозування, яке дає змогу ефективно здійснювати діяльність підприємств [3, с. 150]. Аналіз значних визначень категорії “конкурентоспроможність” (“конкурентоздатність”) дозволив виділити наступні ознаки даного поняття, які подано у табл. 3.

Таблиця 3

Класифікація поняття “конкурентоспроможність”

Table 3

Classification of the concept of “competitiveness”

Ознака	Види конкурентоспроможності
1. Територіально- географічна сфера	– міжнародна – внутрішньо національна – регіональна
2. Рівень конкуруючих об'єктів	– галузі (комплексу галузей) – підприємства – товару
3. Фіксація у часі	– на визначену дату в минулому – поточна – прогнозна.

За рівнем економічних об'єктів, що конкурують, розглядають конкурентоспроможність галузі, підприємства, товару. Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту (з витратами не вищими, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що вдовольняє вимоги конкретних груп споживачів. Конкурентоспроможність галузі – це здатність сільськогосподарських підприємств входити до складу галузі, швидко реагуючи на перемену в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально-економічні системи і зберігати та збільшувати досягнутий рівень ефективності виробництва й управління [13, с. 7].

Дослідимо детальніше значення поняття конкурентоспроможності підприємства, оскільки саме підприємства конкурують між собою, ведуть конкурентну боротьбу за клієнтів та за своє місце як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. По-різному науковці формулюють значення поняття конкурентоспроможності підприємства, тому єдиного, загальноприйнятого визначення цього поняття не існує.

Конкурентоспроможність підприємства – змога виробляти й продавати свою продукцію швидко, дешево, якісно, реалізовувати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування [13, с. 7]. Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка проявляється в умовах конкуренції як здібність задіяти необхідні ресурси і зробити з них конкурентоспроможний товар, визначається продуктивністю використання виробничих ресурсів, обумовлює його положення на ринку і залежить від аналогічної властивості його галузі та країни [12, с. 257].

Можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку трактується також як конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможність підприємства включає рівень його компетентності порівняно з іншими підприємствами-конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління виробництва продукції тощо [10, с. 297].

За визначенням С. Б. Алексєєва конкурентоспроможність підприємства – це економічна категорія, яка дозволяє в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринок продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дозволяє підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби й покривати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі [1, с. 618].

Аналізуючи різні думки на визначення понять “конкурентоспроможність” та “конкурентоспроможність підприємства”, можна сказати, що конкурентоспроможність підприємств – це поняття, яке залежить від конкурентоспроможності продукції і є результатом ефективної господарської діяльності, яка присутня за умов конкурентного ринку.

Отже, саме конкурентоспроможність підприємства визначає можливість зберігати і поширювати конкурентні позиції на ринку, впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісних послуг чи продукції, задовольняти специфічні вимоги споживачів, забезпечуючи ефективність свого функціонування

Для управління підприємства потрібна обґрунтована конкурентна стратегія, яка передбачає забезпечення конкурентних переваг на довгий період (5–10 років). Конкурентна стратегія – це засіб отримання стійких конкурентних переваг в усякій стратегічній області бізнесу підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різних потреб споживачів значніше, ніж це роблять конкуренти. Побуває великий спектр стратегій ринкової конкуренції, які можна згуртувати в систему конкурентних

стратегій підприємства – сукупність стратегій, які цілеспрямовані на пристосування підприємства до різних перемін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку [6]. Вибір конкурентної стратегії розвитку підприємства базується на різних підходах: підвищення конкурентних можливостей підприємства, зміцнення конкурентних позицій на внутрішньому та світовому ринках, забезпечення стійкого розвитку [9, с. 90].

Конкурентоспроможність товару вирізняється такими вирішальними чинниками: якістю, ціною, рівнем після продажного обслуговування, системного збуту, ефективністю реклами, обсягом продаж та технологією виробництва [2, с. 200].

Конкурентоспроможність товару визначає змогу товару відповідати запитам споживачів у порівнянні з похожими товарами, які є на ринку. Вона виділяється такими конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, та доступними цінами, що визначаються продавцями товарів. Також, на конкурентоспроможність впливають імідж виробника, реклама, переваги в гарантійному і післягарантійному обслуговуванні, а також ситуація на ринку, коливання попиту. Високий ступінь конкурентоспроможності товару вказує про доцільність його виробництва і шанси вигідного продажу [15, с. 50].

Висновок. На основі проведеного дослідження можна визначити конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства як комплексну системну його характеристику, яка визначає його здатність протидіяти на ринку підприємствам-конкурентам шляхом ефективного використання існуючих ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від продуктивного ведення господарської діяльності.

Сформовано власне бачення на поняття “конкурентоспроможність підприємства” – це реальна спроможність підприємства вести діяльну конкурентну боротьбу, опиратися впливу факторів зовнішнього середовища, виготовляти та збувати конкурентоспроможні товари чи послуги, здійснюючи результативну діяльність в умовах ринкових відносин. Доведено, що конкурентоспроможність – це здатність підприємства переганяти конкурента у досягненню поставлених прибуткових цілей. Підприємство є вирішальною ланкою ринкової економіки, тому ритмічний рівень конкурентоспроможності дозволяє сформуванню конкурентної економіки регіону, галузі та країни у цілому. Підвищення конкурентоспроможності підприємства являє процес змін, здійснення якого викликає необхідність розроблення стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Визначено, що для ефективного функціонування на ринку недостатньо лише оцінювати конкурентоспроможність підприємства і на її основі приймати певні рішення виходячи з специфіки, перспектив, потреб та цілей підприємства.

1. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий. *Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць*. Вип. 191: В 4 т. Т. II. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. С. 614–619.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник; 2-ге вид., перероб. і доп. Київ :: Знання-прес, 2006. 640 с.
3. Balaniuk I., Kozak I., Shelenko D., Balaniuk S., Kozak-Balaniuk I. Forecasting of gross agricultural output of agrarian enterprises of Ukraine: case study with STELLA software. *Economic Studies (Ikonomicheski Izsledvania)*, 2019. 28 (5), pp. 148–163.
4. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства : сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. №2. С. 50–53.
5. Воронин Г. О. Конкурентоспособности промышленных предприятий. *Економист*. 2004. № 6. С. 18.

6. Голод І. Ю. Особливості формування конкурентної стратегії підприємств на світовому ринку туристичних послуг. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури* : зб. наук. праць НАУ. 2010. № 26. С. 117–121.
7. Гринько Т. Фактори конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. 2004. № 2. С. 50–53.
8. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. Харьков : Основа, 1995. 158 с.
9. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.
10. Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста ; під ред. Р. Дяківа. Київ : Міжнародна економічна фундація, 2000. 706 с.
11. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III із змінами і доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення 10.10.2020)
12. Карпенко Е. М. и др. Методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий. *Регіональні перспективи*. 2000. № 2–3. С. 256–259.
13. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
14. Макконел К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. в 2-х т.: Пер. с англ. 11-го изд. Т. 1. Москва : Республика, 1992. 399 с.
15. Позняк С. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. *Актуальні проблеми економіки*. 2002. № 1. С. 50–54.
16. Портер М. Международная конкуренция. Москва: Международные отношения, 1993. 798 с.
17. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. Москва: ИНФРА-М, 1999. 479 с.
18. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва. *Економіст*. 2001. № 12. С. 58–61.
19. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. Москва : Соцэкгиз, 1962. С. 423.
20. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва : ИНФРА-М, 2000. 311 с.
21. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. Москва: АКАЛИС, 1996. 272 с.
22. Ярошенко С.П. Принципи конкурентноздатності сфери матеріального виробництва. *Регіональні перспективи*. 1998. № 1(2). С. 37–39.

References

1. Alekseev, S.B. "Theoretical aspects of enterprise competitiveness. Economics: problems of theory and practice." *Collection of scientific works*, vol. 2, issue 191, 2004. pp. 614–619.
2. Balabanova, L.V. *Marketing: textbook*. 2nd ed. Kyiv, Knowledge Press, 2006.
3. Balaniuk, I., Kozak, I., Shelenko, D., Balaniuk, S., and I. Kozak-Balaniuk. "Forecasting of gross agricultural output of agrarian enterprises of Ukraine: case study with STELLA software." *Economic Studies*, 28 (5), 2019, pp. 148–163.
4. Voychak, A.V., and R.V. Kamyshnikov. "Competitive advantages of the enterprise: essence and classification." *Marketing in Ukraine*, no. 2, 2005, pp. 50–53.
5. Voronin, G. O. "Competitiveness of industrial enterprises." *Economist*, no. 6, 2004, pp. 18.
6. Golod, I. Yu. "Features of formation of competitive strategy of enterprises on the world market of tourist services." *Problems of improving the efficiency of infrastructure: collection. Science. against NAU*, no. 26, 2010, pp. 117–121.
7. Hrynko, T. "Factors of competitiveness of enterprises." *State and regions*, no. 2, 2004, pp. 50–53.
8. Dikan, V. L. *Ensuring the competitiveness of the enterprise*. Kharkov: Osнова, 1995.
9. Dragan, O. I. *Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects*. Kyiv, ДАКККіМ, 2006.
10. *Encyclopedia of businessman, manager, economist*, ed. R. Deacon. Kyiv, International Economic Foundation, 2000.
11. Law of Ukraine "On Protection of Economic Competition" of January 11, 2001. № 2210-III with changes and additions. Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua. Accessed 10 Oct. 2020
12. Karpenko, E.M., etc. "Methodological approaches to assessing the level of competitiveness of enterprises." *Regional perspectives*, no. 2–3, 2000, pp. 256–259.
13. *Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of increase*, ed. O.G. Yankov. Odessa, Atlant, 2013.
14. McConnell, K.R., and S.L. Brew. *Economics: principles, problems and policies*. Moscow, Respublika, 1992.

15. Poznyak, S. "Competitive advantages and competitiveness." *Actual problems of economy*, no. 1, 2002, pp. 50–54.
16. Porter, M. *International competition*. Moscow, International Relations, 1993.
17. Reisberg, B.A., Lozovsky, L. Sh., and E. B. Starodubtseva. *Modern economic dictionary*. 2nd ed. Moscow, INFRA-M, 1999.
18. Savchuk, O. "System approach to the analysis of competitiveness of industrial production." *Economist*, no.12, 2001, pp. 58–61.
19. Smith, A. *A study of the nature and cause of the wealth of peoples*. Moscow, Sotsekgiz, 1962.
20. Fathutdinov, R. A. *Competitiveness: economics, strategy, management*. Moscow, INFRA-M, 2000.
21. Yudanov, A. Yu. *Competition: theory and practice*. Moscow, AKALIS, 1996.
22. Yaroshenko, S. P. "Principles of competitiveness of the sphere of material production." *Regional perspectives*, no.1 (2), 1998, pp. 37–39.

УДК 58.012.32

doi: 10.15330/apred.2.16.229-236

Іванько А.В.¹, Ксенофонов М. М.²

ЧИННИКИ З ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

¹Відокремлений підрозділ
Національного університету біоресурсів і
природокористування України,
«Ніжинський агротехнічний інститут»,
вул. Шевченка, 10, м. Ніжин,
Чернігівська область;
16600, Україна,
e-mail: A_Ivanko@meta.ua

²Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»,
Національної академії аграрних наук України,
вул. Героїв оборони, 10, м. Київ,
03127, Україна,
e-mail: m_ksen@ukr.net

Анотація. Метою статті є дослідження чинників з формування організаційних структур управління в сільськогосподарських підприємствах. Предметом даного дослідження є виділення найбільш значущих для організаційної структури управління сільськогосподарських підприємств чинників та формування підходу до способу їх врахування в управлінні в будь-якому окремому секторальному суб'єкті господарювання.

У статті організаційна структура управління суб'єктів господарювання розуміється як цілісна ієрархічна система, що складається із сукупності впорядкованих підрозділів та рівнів управління, у межах якої здійснюється організація процесу комунікації між ними з метою забезпечення ефективного процесу функціонування підприємства через взаємодію складових як із внутрішнім, так і з зовнішнім його середовищем, формується з урахуванням певних чинників.

Проведено узагальнення чинників, що впливають на формування організаційних структур управління сільськогосподарських підприємств з виділенням серед них трьох ключових блоків: стратегічного або цільового, ефективності та товарного асортименту. Кожен з цих блоків не має виключного впливу. Вплив чинників по кожному з зазначених блоків слід