

Безперечною перевагою логістичного підходу управління діяльністю промислових підприємств є спрямування на слабо структуровані проблеми, пошук оптимального варіанта їх вирішення.

Будучи відносно новим інструментом управління, логістика являє собою синтез багатьох методів і принципів таких традиційних сфер діяльності, як маркетинг, виробництво, фінанси, вантажоперевезення. Використання концепцій логістики дозволяє здійснити тісну інтеграцію виробництва, матеріально-технічного забезпечення, транспорту та передачі інформації про рух товарів у єдину систему [8]. У результаті досягається кінцева мета логістичної діяльності: надання всіх матеріалів у відповідній кількості, якості й асортименті до моменту і місця споживання; зниження запасів за рахунок надання повної інформації про можливість швидкого придбання і заміни матеріалів; точне виконання всіх замовлень та надання різноманітних додаткових послуг споживачам.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Григорьев М. Н. Логистика: учеб. пособие [для студентов вузов] / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. — М.: Гардарики, 2006. — 463 с.
2. Дикань В.Л. Основи логістичної інтеграції при формуванні логістичних систем [Текст] / В. Л. Дикань, Я. М. Панчишин // Вісн. економіки транспорту і промисловості: зб. наук. пр. — Х.: УкрДАЗТ, 2009. - № 26. — С.60–63.
3. Загорна Т.О. Управління ризиками в логістичній системі підприємства / Т.О. Загорна, А.В. Ткачова // Економіка Крима. Научно-практический журнал. — 2009. — №27. — С. 89—93.
4. Зборовська О.М. Актуальність використання логістики у виробничо-господарській діяльності підприємств. / Зборовська О.М. // Вестник національного технічного університета «ХПИ» № 5, 2010 р. — С. 36—42.
5. Зборовська О.М. Аналіз факторів впливу на обсяги логістичних витрат/ Зборовська О.М. // Економіка та держава, 2011. — №7 — С. 26—27.
6. Клунко Н.С. Економіко-організаційний механізм логістичних процесів у виробничій сфері: дис.канд. екон. наук / Н.С. Клунко.—Х, 2010. — 182 с.
7. Крикавський Є. Економічний потенціал логістичних систем / Крикавський Є. — Л.: Вид-во ДУ «Львів. політехніка», 1997. — 168 с.
8. Лактионова О.Е. Формирование логистических систем: методология и практика: [монография] / Лактионова О.Е. — Донецк: НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти, 2002. — 319 с.
9. Некрасов А.Г. Оценка эффективности логистических систем [Электронный ресурс] / Некрасов А. Г. — Режим доступа: <http://www.integprog.ru>
10. Якименко Н.В. Управління економічним зростанням залізничного транспорту в умовах розвитку транспортного ринку України: [монографія] / Н. В. Якименко; Укр. держ. акад. залізн. трансп. - Х. : УкрДАЗТ, 2012. - 437 с. - Бібліогр.: с. 399-437

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Компанієць В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Зубенко В.О.*

УДК 658

КОНКУРЕНТНИЙ СТАТУС ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ НАУКОВИХ КАТЕГОРІЙ

Терованесова О.Ю., асистент (НТУ «ХПИ»)

У статті проаналізовано понятійний апарат з проблем формування конкурентного статусу підприємства шляхом встановлення логічного взаємозв'язку між базовими категоріями, що дало можливість розширити теоретико-методичну базу досліджень. Уточнено сутність понять «конкурентна перевага», «конкурентний потенціал», «конкурентна позиція». Обґрунтован підхід у визначенні конкурентного статусу підприємства для відображення оцінки ступеня достатності розвитку стратегічного потенціалу підприємства і умов зовнішнього середовища для підтримки його конкурентних переваг на високому рівні. Доведено, що конкурентний статус є головним елементом при плануванні діяльності та розробці стратегії конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентний статус, конкурентна перевага, конкурентний потенціал, конкурентна позиція, конкурентоспроможність підприємства.

КОНКУРЕНТНЫЙ СТАТУС ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ НАУЧНЫХ КАТЕГОРИЙ

Терованесова А.Ю., ассистент (НТУ «ХПИ»)

В статье проанализировано понятийный аппарат по проблемам формирования конкурентного статуса предприятия путем установления логической связи между базовыми категориями, что позволило расширить теоретико-методическую базу исследования. Уточнено сущность понятий «конкурентное преимущество», «конкурентный потенциал», «конкурентная позиция». Обоснован подход в определении конкурентного статуса предприятия для отображение оценки степени достаточности развития стратегического потенциала предприятия и условий внешней среды для поддержки его конкурентных преимуществ на высоком уровне. Доказано, что конкурентный статус является главным элементом при планировании деятельности и разработке стратегии конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентный статус, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал, конкурентная позиция, конкурентоспособность предприятия.

THE ENTERPRISE COMPETITIVE STATUS IN THE SYSTEM OF SCIENTIFIC CATEGORIES

*Terovanesova A.I., assistant
(National Technical University “Kharkov Polytechnical Institute”)*

The article analyzes the conceptual apparatus which is connected with the formation of the enterprise competitive status by establishing a logical relationship between the basic categories, which was expanded the theoretical and methodological basis of researches. The essence of the concept of “effective competitive advantage”, “competitive opportunities”, “competitive position”, is defined. The approach in determining of the enterprise competitive status for displaying assess of the adequacy degree of the strategic potential and the environmental conditions for supporting its competitive advantage at the high level is substantiated. The competitive status is the main element for activity planning and development of the competitive capacity of enterprises strategy is presented.

Keywords: enterprise competitive status, effective competitive advantage, competitive opportunities, competitive position, competitive capacity of enterprises

Постановка проблеми та її зв'язок з науковими та практичними завданнями. Сучасний стан розвитку економіки вимагає від підприємств підвищення конкурентного статусу, який є головним елементом при плануванні діяльності та розробці стратегії конкурентоспроможності. Питання формування конкурентного статусу підприємства в умовах мінливих економічних умов, зростаючої нестабільності зовнішнього середовища та постійних трансформаційних процесів, які диктують нові правила для учасників ринку, потребують підвищеної уваги з боку науковців. Як зазначають деякі дослідники [21] конкурентний статус як науково обґрунтований показник обмірюваного успіху на ринку – обов'язковий компонент всіх PR-технологій, він допомагає підприємствам орієнтуватися на ринку, вибирати надійних партнерів, відстежувати позиції конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури

показав відсутність єдиного підходу до визначення поняття «конкурентний статус». Проте, окремі його особливості та ознаки розглянули у своїх працях такі автори: як Андреева Є. Л. [3], Ансофф І. [4, 5], Градов А. П. [24], Кузьминчук Н. В. [13], Тридід О. М. [19], Шинкаренко В. Г. [23], Холод В. В. [21] та ін. У зв'язку з різноманітністю наукових підходів з питання систематизації основних понять теорії конкурентоспроможності залишається відкритим та потребує подальших розробок. Отже, **метою статті** є узагальнення та систематизація наукових підходів щодо формування конкурентного статусу підприємства.

Основні результати дослідження. На сьогодні в економічній літературі існує чимало тлумачень поняття «конкурентний статус», виходячи з яких можна зробити висновок, що усі вони не суперечать, а скоріше доповнюють один одного підкреслюючи тим самим його складність і багатогранність. Взаємозв'язок окремих понять щодо формування конкурентного статусу підприємства наведено на рис. 1.

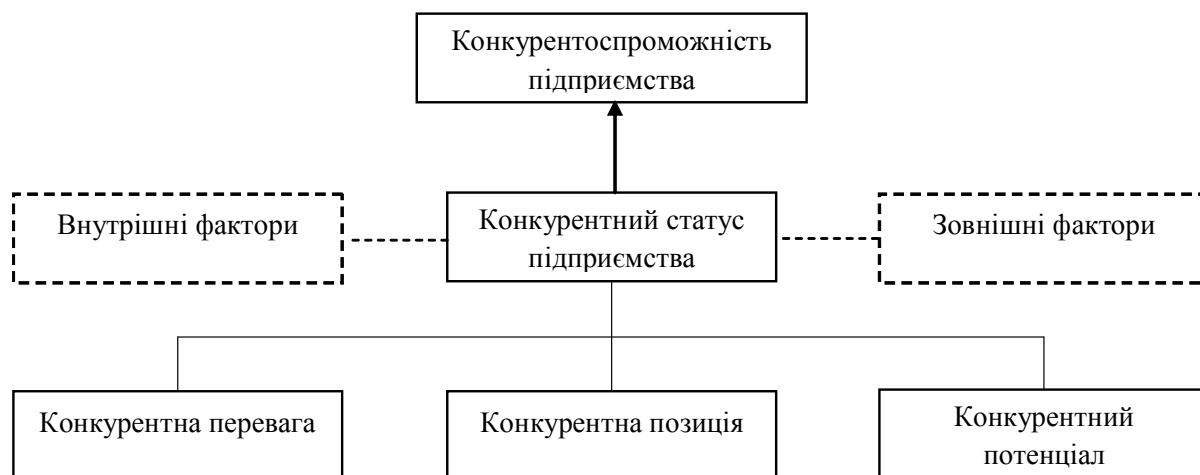


Рис. 1. Теоретичне забезпечення формування конкурентного статусу підприємства

Рівень конкурентоспроможності підприємства полягає в можливості адекватної реакції підприємства на дії конкурентів. Як відзначено у роботі [7] «реакція повинна сприяти збереженню конкурентного статусу підприємства чи його зростанню». Азоєв Г. Л. характеризує конкурентоспроможність як можливість ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [1, с. 62]. Загалом конкурентоспроможність економічної системи розглядають як її здатність змінювати траєкторію руху або запланований режим функціонування в процесі адаптації до дії

зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку та/або створення нових конкурентних переваг [11, с. 22]. Теорія конкурентоспроможності, що бере початок у 60-х роках ХХ ст. з введення в науковий обіг термінів «нова конкуренція» М. Бестома та «конкурентна перевага» М. Портера, на сьогоднішній день вже має свою досить широкую систему визначень, котрі пов'язані складними зв'язками взаємодії та взаємозалежності.

Теоретичні підходи авторів до визначення поняття «конкуренція підприємства» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Семантичний аналіз визначення поняття «конкуренція підприємства»

Автор, джерело	Визначення
Іванов Ю. Б., [11, с. 22]	Конкуренція підприємства – здатність виробничо-економічних систем змінювати траєкторію руху або запланований режим функціонування в процесі адаптації до дії зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку тих, що вже існують, або створення нових конкурентних переваг. Властивість об'єкта, яка характеризує рівень задоволення конкретної потреби порівняно з найкращими аналогічними об'єктами, що представлені на даному ринку; здатність об'єкта витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами в умовах конкретного ринку.
Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Т.О. Гуренко, [8, с. 45]	Конкуренція підприємства – це визнана ринком сформована і реалізована конкурентоздатність соціально-економічних систем, яка матеріалізована у формі товару чи послуги. Вона може визначитися в процесі оперативної діяльності при реалізації стратегій і в перспективі при обґрунтуванні можливих ситуацій і стратегій розвитку.
А.П. Градов, [18, с. 76]	Конкуренція підприємства – порівняльна перевага підприємства відносно інших підприємств галузі країни та за її межами.
І.З.Долгожанський, Т.О. Загорна, [9, с. 34]	Конкуренція підприємства - здатність виробляти й реалізувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування.
Павлова В. А., [15, с. 12]	Конкуренція підприємства – спроможність підприємства зберігати конкурентні позиції на ринку або змінювати їх у процесі адаптації до мінливого конкурентного середовища функціонування.
М.Х. Мескон, [14, с. 667]	Конкуренція підприємства – відносна характеристика, яка відображає відмінності в розвитку даної фірми від конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і за ефективністю виробничої діяльності.

Слід відзначити їх різноманітність та зауважити, що конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства виробляти, проектувати та збувати продукцію, яка користується попитом на ринку, що забезпечує переваги над конкурентами.

Вважаємо за доцільне проаналізувати понятійний апарат, пов'язаний з базовим поняттям «конкурентоспроможність», зокрема розкрити сутність таких понять як «конкурентний статус», «конкурентний потенціал», «конкурентна перевага», «конкурентна позиція».

Найчастіше в загальному значенні конкурентний статус пов'язують з таким конкурентним станом підприємства, який «характеризується й визначається конкурентним потенціалом, ключовими компетенціями, правами і зобов'язаннями, повноваженнями, що витікають з його бізнес-позиції на конкурентному ринку» [21].

Дослідження сутності поняття «конкурентна перевага» в наукових працях потребує конкретизації та розмежування. М. Портер конкурентну перевагу трактує як «перевага фірми в якійсь області чи діяльності у випуску товарів, у порівнянні з конкуруючими фірми» [17]. Під конкурентною перевагою у роботі [25] розуміється «глобальна ціль економічної стратегії фірми і галузі національної економіки. Найбільша продуктивність використання ресурсів підприємства, що забезпечує досягнення конкурентних переваг». Науковець В. Г. Шинкаренко трактує поняття «конкурентна перевага» наступним чином: «перевага, висока компетентність підприємства у порівнянні зі своїми конкурентами, що заснована на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності й ефективності використання конкурентного потенціалу» [23]. Андреева Є. Л. визначає конкурентні переваги як «характеристики підприємства, які наявні при певному конкурентному статусі та ефективному використанні конкурентного потенціалу та забезпечують переваги над конкурентами» [3]. На основі розгляду існуючих тлумачень поняття «конкурентна перевага» трактуємо його як: перевага над конкурентами та створення широких можливостей для заохочення та збереження споживачів, що буде забезпечено за умов стійкості підприємства.

Наступною складовою конкурентоспроможності підприємства є «конкурентна позиція». Азов Г.Л. під конкурентною позицією розуміє позицію, яку компанія займає у певній галузі відповідно до результатів своєї діяльності та зі своїми

перевагами й недоліками порівняно з конкурентами [2]. На думку авторів Пономаренко В., Тридіда О. та Кизима М. конкурентна позиція підприємства є місцем в конкурентних сегментах ринку зовнішнього середовища стосовно конкурентів» [16, с. 104]. Можна погодитись з визначенням, що конкурентна позиція підприємства визначає положення підприємства в певному ринковому сегменті за рахунок більш ефективної реалізації обраної ним конкурентної стратегії порівняно з підприємствами-конкурентами [20, с. 109]. Конкурентна позиція, як результат реалізації конкурентної стратегії підприємства, повинна відображати довгострокові зусилля підприємства щодо завоювання конкурентних переваг над конкурентами; бути «обличчям» конкурентної стратегії підприємства; визначати точки відмінності від конкурентів, а не тільки ідентифікувати свою сферу діяльності [20, с. 109]. Таким чином конкурентна позиція показує рівень конкурентоспроможності підприємства тобто його можливість до адаптації дій мінливого зовнішнього конкурентного середовища. Стійкість підприємства визначається його конкурентним потенціалом.

Конкурентний потенціал є «потенційною можливістю зберігати і збільшувати конкурентоспроможність в довгостроковому періоді» [10]. Він формується, з однієї сторони, сукупністю параметрів, що зумовлюють можливість і здатність організації ефективно функціонувати на ринку (утримувати чи збільшувати свою ринкову частку, високий рівень рентабельності) в перспективі [10], з іншої – сукупністю виробничо-фінансових, інтелектуальних, трудових і екологічних можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку [6]. Автор роботи [22] для опису поняття «конкурентний потенціал» використовує назву «потенційна конкурентоспроможність підприємства» і визначає його як економічну категорію, що характеризує відносний рівень можливості підприємства за допомогою управлінських, матеріальних, трудових, організаційно-технічних і технологічних ресурсів досягти конкурентоспроможності продукції на ринку. В. Г. Шинкаренко зауважує, що конкурентний потенціал також визначають як засади конкурентних переваг, але тоді як конкурентний статус відображає умови досягнення конкурентних переваг, то конкурентний потенціал – умови збереження і збільшення переваг [23]. Виходячи з направленості розгляду конкурентного потенціалу слід визначити, що це наявні конкурентні переваги (внутрішні переваги - потенціал підприємства та зовнішні переваги -

переваги щодо положення на ринку) та можливості використання і розвитку цих переваг в майбутньому для забезпечення стійкої конкурентної позиції на ринку. Конкурентна позиція визначає конкурентний статус підприємства і є передумовою для досягнення певного рівня конкурентних переваг. Конкурентні переваги підприємства відображають таке поняття як «конкурентний статус».

«Конкурентний статус фірми повинен характеризувати засади досягнення фірмою певного рівня конкурентної переваги» [24], при цьому він зумовлюється конкурентною позицією підприємства, виступаючи, в свою чергу, підґрунтям для досягнення ним конкурентних переваг. Відомий вчений Ансофф І. запропонував визначати поняття «конкурентний статус» підприємства як міру визначення положення фактичної й базової продуктивності використання ресурсів» [4-5]. На думку авторів робіт [23-24] «конкурентний статус є ширшим поняттям і охоплює не лише позицію підприємства, а й ступінь володіння ним певними конкурентними перевагами». Конкурентний статус є комплексною порівняльною характеристикою підприємства відносно конкурентів, що відображає його внутрішній потенціал, позицію в конкурентних сегментах ринку й здатність утримувати її під впливом дестабілізаційних факторів зовнішнього середовища [19]. Слід зауважити на визначенні конкурентного статусу підприємства як оцінці положення (позиції) підприємства на ринку, яке відбиває рівень його конкурентоспроможності [12, с. 61]. Особливістю запропонованого підходу у визначенні конкурентного статусу підприємства є відображення оцінки ступеня достатності розвитку стратегічного потенціалу підприємства і умов зовнішнього середовища для підтримки його конкурентних переваг на високому рівні.

Висновки. Конкурентний статус є конкурентною позицією підприємства в конкурентних сегментах ринку, що відображає його внутрішній потенціал, ефективність володіння конкурентними перевагами у тактичному та стратегічному періодах та вміння протистояти впливу дестабілізуючих факторів зовнішнього середовища. **Перспективою подальших досліджень** є розробка методичного інструментарію щодо оцінки конкурентного статусу підприємства на основі ресурсно-діяльнісного підходу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: НОВОСТИ, 2000. – 256 с.

2. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

3. Андреева, С. Л. Теоретичне дослідження сутності поняття «конкурентостійкість підприємства» [Електронний ресурс] / С. Л. Андреева // Матеріали Всеукраїнської заочної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми формування та управління потенціалом підприємств в умовах інноваційно-інвестиційного розвитку», Харків 22-25 жовтня, 2013 року (Посвідчення № 88 від 15.02.2013, <http://ekon.uipa.edu.ua/>) – Режим доступу.: <http://ekon.uipa.edu.ua/> – Назва з титул. екрана.

4. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питерком, 1999. – 416 с.

5. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.

6. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография / А. Э. Воронкова. – 2-е изд. – Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2004. – 320 с.

7. Герасименко, Ю. В. Управление конкурентным статусом предприятия [Електронний ресурс] / Ю. В. Герасименко, А. В. Бондаренко. – Режим доступу.: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/10_96826.doc.htm – Назва з титул. екрана.

8. Гудзинський, О. Д. Управление формированием конкурентоспособного потенциала предприятий (теоретико-методологический аспект): монография / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко; Институт подготовки кадров державної служби зайнятості України. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.

9. Должанський, І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник / Должанський І. З., Загорна Т. О. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

10. Забелин, П.В. Основы стратегического управления: учеб. пособ. / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – М. : Информ.-внедренч. центр «Маркетинг», 1998. – 195 с.

11. Иванов, Ю. Б. Конкурентные преимущества предприятия: оценка, формирование та розвиток / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

12. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамов. - Х.: ХНЕУ, 2004.- 256 с.

13. Кузьминчук, Н. В., // Конкурентний статус підприємства: теоретичний аспект // Н. В. Кузьминчук, О. Ю. Терованесова // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2014р. // Нац. гірничий ун-т. У 2-х частинах. – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – Ч. 1. – 188 с.
14. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф.Хедоури / Пер. с англ. Л. И. Евенко. – М.: Дело, 2004. –199 с.
15. Павлова, В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення / В. А. Павлова; ДУЕП. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
16. Пономаренко, В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / Пономаренко, В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2003. - 328 с.
17. Портер, М. Стратегія конкуренції: пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський / М. Портер. – К.: Основа, 1997. – 392 с.
18. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Под ред. проф., д.э.н. А.П. Градова и д.э.н. Б.И. Кузина. - СПб.: Специальная литература, 1996. – 510 с.
19. Тридід, О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / О.М. Тридід. - Автореф. на здоб. наук. ступ. д. е. н. – Донецьк: ДНУ, 2003. – 32 с.
20. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: Монография / А. Н. Тищенко, Ю.Б. Иванов, Н. А. Кизим, Е. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвили.- Х.: ИД «ИНЖЕК», 2007.- 376 с.
21. Холод, В. В. Чотирьохвекторна модель розвитку конкурентного статусу [Електронний ресурс] / В. В. Холод. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68045.doc.htm – Назва з титул. екрана.
22. Шепіцен, А. О. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / А. О. Шепіцен. – К., 2004. – 24 с.
23. Шинкаренко, В. Г., Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко - Харьков: Изд. ХНАДУ, 2003. – 188 с.
24. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. проф. А. П. Градова. - СПб.: Спец. лит-ра, 1995. – 415 с.
25. Экономическая стратегия фирмы: Учебн. пособие / Под ред. А. П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец-Лит, 2000. – 588 с.

*Рецензент д.е.н., професор УПА Прохорова В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТТокмакова І.В.*

УДК 338.43 (477.54)

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО КЛАСТЕРУ: СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

*Толстова А.В., к.е.н., доцент,
Косенко Н.С, магістр (УкрДАЗТ)*

В статті досліджено стан сільськогосподарського сектору економіки Харківського регіону, його підприємств, що дозволило визначити стратегічні напрямки подальшого їх розвитку. Обґрунтовано доцільність забезпечення конкурентоспроможності підприємств сільського господарства регіону, диверсифікацію їх виробництв здійснювати за рахунок створення інтегрованої структури, а саме агропромислового кластеру Харківського регіону, який забезпечує формування та розвиток інтеграційних зв'язків сільськогосподарських підприємств регіону та поєднує в собі такі розрізнені на сьогодні ланки АПК, як виробництво сільгоспсировини, первинної переробки, кінцевої переробки та реалізації продукції, інноваційно-інформаційного, транспортно-логістичного потенціалу галузі, що сприятиме ефективному розвитку як підприємств сільського господарства регіону, так і агропромислового комплексу України в цілому.

Ключові слова: стратегічне управління, сільськогосподарське підприємство, агропромисловий кластер, стратегічні напрями розвитку.