

Тому доцільно визначити рентний дохід від земельної ділянки. Рентний дохід розраховується як різниця між очікуваним доходом від продукції, одержуваної на земельній ділянці (фактичної або умовної), та виробничими витратами і прибутком виробника.

## ВИСНОВКИ

Зважаючи на все наведене вище, слід зазначити, що для коректного функціонування ринку земельних ділянок, ринок продажу повинен регулярно аналізуватись та бути збалансованим. Одним із регуляторів ринку є визначення ринкової вартості земельної ділянки, яка використовуються не тільки при купівлі/продажу, а і при багатьох інших операціях з нерухомістю: застава в банку, організація статутного фонду, рефінансування та інше. У даній статті був запропонований алгоритм проведення оцінки земельних ділянок, що представлені на ринку, але умови їх продажу, беручи до уваги сьогоденний стан економіки та специфіку ринку нерухомості, депо ускладнені, внаслідок чого виникають проблеми з коректним визначенням їх вартості. У цілому, для гармонічного формування ринку та адаптації до мінливих ринкових умов необхідно контролювати ринки всіх видів нерухомості, виявляти існуючі проблеми та питання їх вирішення, одним з яких можуть бути шляхи визначення ринкової вартості як одного з важелів розвитку ринкової ситуації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Новаковський Л. Я. Соціально-економічні проблеми сучасного землекористування : наук. вид. / Л. Я. Новаковський, М. А. Олещенко. — К. : КП «Київський інститут земельних відносин», «Урожай», 2007. — 273 с.
2. Формування ринку землі в Україні / [Галушко В. П., Білик Ю. Д., Даниленко А. С. та ін. ; під ред. д.е.н. А. С. Даниленка, д.е.н. Ю. Д. Білика]. — К. : Урожай, 2002. — 277 с.
3. Методичні основи грошової оцінки земель в Україні / [Дехтяренко Ю. Ф., Лихогруд М. Г., Манцевич Ю. М., Палеха Ю. М.]. — К. : Профі, 2007. — 624 с.
4. Земельний кодекс України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
5. Закон України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні" : із змінами № 5492-VI (5492-17) від 20.11.2012 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
6. Закон України "Про оцінку землі" : із змінами: № 5462-VI (5462-17) від 16.10.2012 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
7. Національний стандарт № 1 "Загальні основи оцінки майна і майнових прав" : Постанова Кабінету Міністрів України від 10 верес. 2003 р. № 1440 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
8. Національний стандарт № 2 "Оцінка нерухомого майна" : Постанова Кабінету Міністрів України від 28 жовт. 2004 року № 1442 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).
9. Драпківський О. І. Оцінка земельних ділянок / О. І. Драпківський, І. Б. Іванова. — К. : ПРІНТ-ЕКС-ПРЕС, 2004. — 296 с.
10. Постанова КМУ № 1531 «Про експертну грошову оцінку земельних ділянок»: із змінами № 1248 (1248-2011-п) від 16.11.2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [rada.gov.ua](http://rada.gov.ua).

УДК 657.3: 658.511: 636/637

## КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПТАХІВНИЦТВА УКРАЇНИ

Бурденюк Т.Г., к.е.н., викладач, Свірський В.С., к.е.н., викладач

*Тернопільський національний економічний університет*

У статті проведено конкурентний аналіз ринку птахівництва України. З метою оцінки ступеня конкуренції на ринку птахівництва України та визначення конкурентних позицій досліджуваних птахопідприємств авторами розроблено власну методику аналізу та визначено вплив конкуренції на ефективність їх діяльності. На основі використання методики побудови конкурентної карти ринку дано оцінку конкурентних позицій птахопідприємств України.

*Ключові слова:* конкуренція, ринкова частка, птахопідприємства.

Бурденюк Т.Г., Свирский В.С. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПТИЦЕВОДСТВА УКРАИНА / Тернопольский национальный экономический университет, Украина

В статье проведен конкурентный анализ рынка птицеводства Украины и определены конкурентные позиции исследуемых птицепредприятий авторами разработана собственная методика анализа и определено влияние конкуренции на эффективность их деятельности. На основе использования методики построения конкурентной карты рынка дана оценка конкурентных позиций птицепредприятий в Украине.

*Ключевые слова:* конкуренция, рыночная доля, птицепредприятие.

Burdeniuk T., Svirsky V. COMPETITIVENESS ANALYSIS OF POULTRY MARKET IN UKRAINE / Ternopil National Economical University, Ukraine

This article presents a competitive analysis of the market of poultry in Ukraine. In order to assess the degree of competition in the market of poultry in Ukraine and determine the competitive position of the studied poultry farms authors developed their own methodology for analysis and determined the impact of competition on the efficiency of their operations. Through the use of methods of constructing competitive card market the competitive position of poultry farms in Ukraine is assessed.

*Key words:* competition, market share, poultry farms.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Динамічне зовнішнє середовище активізує вітчизняні птахівничі підприємства до вироблення та реалізації механізмів ефективної конкурентної боротьби і досягнення стійких конкурентних переваг, що передбачає запровадження у практику стратегій довготермінового виживання. Актуальність питань конкурентоспроможності птахівничих підприємств зростає в умовах вступу України до СОТ, значної конкуренції на внутрішньому ринку, пошуку шляхів виходу на зовнішній ринок, забезпечення населення високоякісними продуктами харчування та підвищення ефективності птахівництва в цілому. Птахівництво – стратегічна галузь економіки України, від конкурентоспроможності підприємств котрої залежить забезпечення підвищення продовольчої безпеки країни, на основі нарощування виробництва продуктів харчування, поліпшення їх якості та збалансованості за поживними елементами, а також забезпечення захисту вітчизняного виробника.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

В аграрній політиці важливе місце посідає процес формування конкурентоспроможних підприємств ринкового типу, здатних з максимальною ефективністю використовувати землю та забезпечувати стабільну продовольчу безпеку держави. Дослідження проблеми конкурентоспроможності та конкурентного аналізу постійно проводилось у розвинутих країнах. Теоретичним надбанням є наукові праці економістів різних часів: І. Ансоффа [1], М. Портера [2], А. Томпсона [3], Р. Фатхутдінова [4], А. Д. Чендлера [5], А. Ю. Юданова [6] та ін. В останні роки, що пройшли під знаком інтеграції вітчизняної економіки у світове співтовариство, з'явилися ґрунтовні роботи вітчизняних економістів, присвячені питанням управління підприємством в умовах конкуренції. До їх числа можна віднести праці: А. Є. Воронкової [7], Ю. Б. Іванова [8], Т. Г. Дударя [9], М. І. Ковальчука [10], А. П. Наливайка [11], В. С. Пономаренка [12] та інших.

При вагомій науковій та практичній значимості цих досліджень не всі питання цієї багатогранної проблеми знайшли своє вирішення. У наукових дослідженнях недостатньо виразно визначено концептуально-методологічні засади стратегічного аналізу в цілому та конкурентного аналізу зокрема. За межами наукового вирішення залишились проблеми оцінки стратегічного становища птахівничих підприємств і перспектив їх розвитку залежно від рівня і характеру агрегації та інтегрованості, що потребує розробки відповідного методологічного підґрунтя та інформаційно-методичного забезпечення процесу формування та реалізації стратегій підприємства.

## ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті – оцінити ступінь конкуренції на ринку птахівництва України та визначити конкурентні позиції досліджуваних птахопідприємств. Для досягнення поставленої мети необхідно розробити методику аналізу та визначити вплив конкуренції на ефективність діяльності птахопідприємств. Для реалізації окресленого завдання доцільно використати методику побудови конкурентної карти ринку.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Аналіз літературних джерел в яких досліджено теоретичні, методологічні, організаційні й практичні проблеми побудови конкурентної карти ринку, дав змогу розробити методичні підходи до визначення особливостей розвитку конкурентної ситуації, міри домінування підприємств на ринку птахівництва, найближчих конкурентів та проаналізувати їх порівняльну позицію. Зокрема, встановлено, що об'єктивним показником, який здатний узагальнено відобразити результат конкурентної боротьби, є частка ринку, котру займає підприємство.

Частку ринку визначають у загальному обсязі продажу даного товару на ринку, що обчислюють в натуральних чи вартісних одиницях. При розрахунку й аналізі ринкової частки необхідно враховувати наступні умови:

- 1) продукція, за якою визначають частки конкурентів, має належати до однієї і тієї самої групи;
- 2) кластер ринку має охоплювати всі аналізовані підприємства;
- 3) аналіз необхідно проводити для фіксованого інтервалу часу.

Спектр ринкових позицій підприємств, щодо розподілу частки між ними можна укласти в схему: лідер – 40%, послідовники – до 20%, претендент на лідерство – 30%, аутсайдер – до 10%. Графічно розподіл ринкових часток конкурентів відображено на рис. 1. Ринкова частка підприємства є основним показником побудови конкурентної карти ринку, яку формують на основі матриці, базованої на перехресній класифікації розміру і динаміки ринкових часток підприємств.

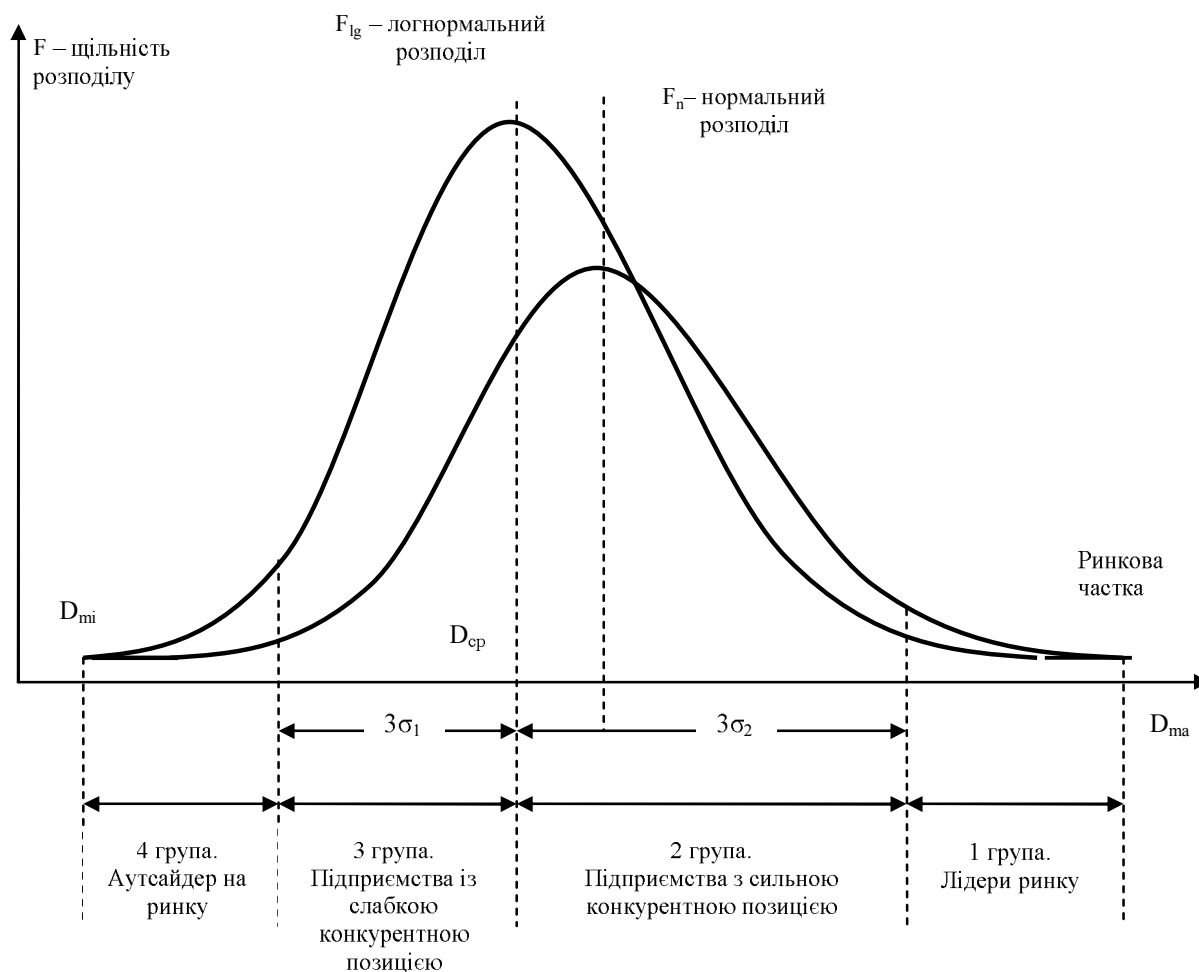


Рис. 1. Розподіл ринкових часток конкурентів [12, с. 119]

Така матриця (табл. 1) виявляє 16 типових положень (квадрантів) підприємств, що відрізняються мірою використання конкурентних переваг і потенційних можливостей протистояти тиску конкурентів. Найзначиміший статус мають підприємства першого квадранту; відповідно найслабкіший – підприємства 16-го квадранту; місце підприємств в рамках одного квадранту визначаються розміром їхніх ринкових часток.

Побудові матриці формування конкурентної карти ринку передують ряд розрахунків. Аналітично матрицю обчислюють в два етапи, здійснюючи [13, с. 170]:

- 1) розрахунок ринкових часток ( $D_i$ ), середньої ринкової частки на обраному кластері ринку ( $\bar{D}$ ), середньоарифметичних ( $D_{m1}$  та  $D_{m2}$ ) та середньоквадратичних ( $\sigma_1$  та  $\sigma_2$ ) відхилень;
- 2) розрахунок темпів приросту ринкових часток відібраних підприємств ( $T_i$ ), середнього темпу приросту ( $\bar{T}$ ) та їхніх середньоквадратичних відхилень ( $\sigma$ ).

Першочергово в наведеному алгоритмі розраховують ринкові частки підприємств ( $D_i$ ) [13, с. 170]:

$$D_i = \frac{Q_i}{\sum Q_i}, \quad (1)$$

де  $Q_i$  – реалізація товарів і послуг, тис. шт. (тис. грн.).

Таблиця 1 – Конкурентна карта ринку [13, с. 166]

Класифікація за темпом приросту ринкової частки, Т	Класифікація за ринковою часткою, D			
	1. Лідери ринку	2. Претенденти на лідерство	3. Послідовники	4. Аутсайдери
1. Підприємство, конкурентна позиція котрого швидко поліпшується	1	5	9	13
2. Підприємство, конкурентна позиція котрого поліпшується	2	6	10	14
3. Підприємство, конкурентна позиція котрого погіршується	3	7	11	15
4. Підприємство, конкурентна позиція котрого швидко погіршується	4	8	12	16

Середню ринкову частку ( $\bar{D}$ ) знаходять так:

$$\bar{D} = \frac{1}{n}, \quad (2)$$

де  $n$  – кількість підприємств, що працюють в обраному кластері ринку.

Середньоарифметичні значення ринкових часток розраховують за формулами:

$$D_{m1} = \frac{\sum D_{n1}}{N_1}, \quad (3)$$

$$D_{m2} = \frac{\sum D_{n2}}{N_2}, \quad (4)$$

де  $D_{m1}$  – середньоарифметичне значення ринкових часток підприємств, ринкова частка яких менша за середню ( $D_{n1} < \bar{D}$ );

$D_{m2}$  – середньоарифметичне значення ринкових часток підприємств, ринкова частка яких більша за середню ( $D_{n2} > \bar{D}$ );

$N_1$  – кількість підприємств, ринкова частка котрих менша за середню ( $D_{n1} < \bar{D}$ );

$N_2$  – кількість підприємств, ринкова частка котрих більша за середню ( $D_{n2} > \bar{D}$ ).

На основі наведених виразів дістають середньоквадратичні відхилення ринкових часток ( $\sigma_1$  та  $\sigma_2$ ) [13, с. 170]:

$$\sigma_1 = \sqrt{\frac{\sum (D_i - D_{m1})^2}{N_1}}, \quad (5)$$

$$\sigma_2 = \sqrt{\frac{\sum (D_i - D_{m2})^2}{N_2}}, \quad (6)$$

Для аналізу відібрано десять птахопідприємств яєчного напрямку. Ринкові частки (табл. 2) розраховано за 2009–2012 рр.

Таблиця 2 – Динаміка ринкових часток птахопідприємств за 2009–2012 рр.

№ з/п	Птахопідприємства	Ринкові частки			
		2009	2010	2011	2012
1	ПАТ «Тернопільська птахофабрика»	0,013095	0,011231	0,016239	0,017244
2	ПАТ «Отрадівська птахофабрика»	0,015538	0,011656	0,011866	0,012561
3	ПАТ «Київська птахофабрика»	0,030501	0,051508	0,048390	0,063231
4	ПАТ «Куйбишевська птахофабрика»	0,011246	0,012360	0,013720	0,014900
5	ПАТ «Зарічна птахофабрика»	0,011468	0,008027	0,008467	0,008665
6	ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан»	0,002133	0,000016	0,002485	0,001956
7	ПАТ «Птахоградгосп «Мирний»	0,009637	0,009517	0,007566	0,008451
8	ПАТ «Племптахоградгосп «Броварський»	0,002612	0,001996	0,000839	0,001231
9	ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор»	0,035393	0,034875	0,027573	0,010259
10	ПАТ «Партизан»	0,001844	0,004415	0,006080	0,006005

Статистичні дані свідчать про те, що в Україні є 152 птахопідприємства з виробництва яєць, 82 – з виробництва птиці, 102 – племпродукції, 338 міжгосподарських птахівничих підприємства. За аналізований період кількість досліджуваних підприємств змінювалася неістотно. Внаслідок цього середня ринкова частка птахопідприємств яєчного напрямку України становить 0,00658. Відповідно кількість підприємств, ринкова частка котрих більша за середню, становить  $N_2 = 7$ ; підприємств, ринкова частка котрих менша за середню виявилось три  $N_1 = 3$ . Зафіксовано такі середньоарифметичні значення ринкових часток:

$$D_{m1\ 2009} = 0,0016, D_{m1\ 2010} = 0,0016, D_{m1\ 2011} = 0,0029, D_{m1\ 2012} = 0,0026;$$

$$D_{m2\ 2009} = 0,0181, D_{m2\ 2010} = 0,0199, D_{m2\ 2011} = 0,0191, D_{m2\ 2012} = 0,0193.$$

Із урахуванням середньоарифметичних значень середньоквадратичні відхилення дорівнюють:

$$\sigma_{1\ 2009} = 0,00099, \sigma_{1\ 2010} = 0,00179, \sigma_{1\ 2011} = 0,00193, \sigma_{1\ 2012} = 0,00198;$$

$$\sigma_{2\ 2009} = 0,00961, \sigma_{2\ 2010} = 0,01546, \sigma_{2\ 2011} = 0,01344, \sigma_{2\ 2012} = 0,01817.$$

На другому етапі на основі розрахованих ринкових часток птахопідприємств обчислюють темпи їх приросту ( $T_i$ ), середні темпи приросту ( $\bar{T}$ ) та середньоквадратичні відхилення ( $\sigma$ ):

$$T_i = \frac{D_i^t - D_i^{t^0}}{D_i^{t^0}} \times 100\%, \quad (7)$$

$$\bar{T} = \sqrt[t-1]{\frac{D_i^t}{D_i^{t^0}}} - 1, \quad (8)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (T_i - \bar{T})^2}{n}}, \quad (9)$$

де  $D_i^t$  – ринкова частка  $i$ -го птахопідприємства в звітному періоді;

$D_i^{t^0}$  – ринкова частка  $i$ -го птахопідприємства в базовому періоді.

Результати розрахунків темпів приросту та середніх темпів приросту птахопідприємств наведені в таблиці 3. З урахуванням даних таблиці 3 середньоквадратичне відхилення темпів приросту від середнього темпу приросту становить 67,886.

Таблиця 3 – Темпи приросту та середні темпи приросту ринкових часток птахопідприємств України за 2009–2012 рр.

Птахопідприємства	Темпи приросту			Темп приросту середній
	2009/ 2010	2010/ 2011	2011/ 2012	
ПАТ «Тернопільська птахофабрика»	-14,236	24,0067	31,6837	0,147535
ПАТ «Отрадівська птахофабрика»	-24,982	-23,631	-19,158	-0,100879
ПАТ «Київська птахофабрика»	68,8719	58,6511	107,307	0,439817
ПАТ «Куйбишевська птахофабрика»	9,90494	22,0011	32,4943	0,151062
ПАТ «Зарічна птахофабрика»	-30,007	-26,168	-24,441	-0,130751
ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан»	-99,27	16,5145	-8,2988	-0,042393
ПАТ «Птахорадгосп «Мирний»	-1,2442	-21,486	-12,308	-0,063558
ПАТ «Племптахрадгосп «Броварський»	-23,593	-67,875	-52,87	-0,313488
ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор»	-1,4655	-22,094	-71,014	-0,461616
ПАТ «Партизан»	139,454	229,727	225,683	0,804669

Наведені розрахунки дають право на побудову конкурентної карти та результуючої таблиці динаміки конкурентних позицій досліджуваних птахопідприємств (табл. 4).

Таблиця 4 – Динаміка конкурентних позицій птахопідприємств

Птахопідприємства	Роки		
	2009–2010	2010–2011	2011–2012
ПАТ «Тернопільська птахофабрика»	[7] (-14,236; 0,011231)	[6] (24,0067; 0,016239)	[6] (31,6837; 0,0172)
ПАТ «Отрадівська птахофабрика»	[8] (-24,982; 0,011656)	[8] (-23,631; 0,011866)	[7] (-19,158; 0,012561)
ПАТ «Київська птахофабрика»	[1] (68,8719; 0,051508)	[1] (58,6511; 0,048390)	[1] (107,307; 0,063231)
ПАТ «Куйбишевська птахофабрика»	[6] (9,90494; 0,012360)	[6] (22,0011; 0,013720)	[6] (32,4943; 0,014900)
ПАТ «Зарічна птахофабрика»	[12] (-30,007; 0,008027)	[12] (-26,168; 0,008467)	[11] (-24,441; 0,008665)
ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан»	[16] (-99,27; 0,000016)	[14] (16,5145; 0,002485)	[15] (-8,2988; 0,001956)
ПАТ «Птахорадгосп «Мирний»	[11] (-1,2442; 0,009517)	[12] (-21,486; 0,007566)	[11] (-12,308; 0,008451)
ПАТ «Племптахрадгосп «Броварський»	[16] (-23,593; 0,001996)	[16] (-67,875; 0,000839)	[16] (-52,87; 0,001231)
ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор»	[3] (-1,4655; 0,034875)	[4] (-22,094; 0,027573)	[8] (-71,014; 0,010259)
ПАТ «Партизан»	[13] (139,454; 0,004415)	[9] (229,727; 0,006080)	[9] (225,683; 0,006005)

У таблиці 4 в квадратних дужках наведено значення квадрантів конкурентної карти, в круглих дужках – значення темпів приросту і ринкові частки, що обумовлюють дану конкурентну позицію. На конкурентній карті отримано кількісні оцінки позицій птахопідприємств у динаміці за три роки.

Як видно з таблиці 4, стабільно стійка конкурентна позиція спостерігається лише у ПАТ «Київська птахофабрика», котра впродовж 2009–2012 рр. займала перший квадрант матриці. Найслабша конкурентна позиція у ПАТ «Племптахрадгосп «Броварський» – 16-й квадрант та у ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан» 16-й, 14-й, 15-й квадранти.

Для аналізу сукупного впливу конкурентів на птахопідприємство необхідно отримати зіставні дані щодо конкурентних позицій птахопідприємств, оскільки некоректно використовувати в розрахунках номери квадрантів матриці. Для цього розраховують зважені оцінки конкурентних позицій аналізованих птахопідприємств (табл. 5) за формулою [14, с. 172]:

$$ZO_i = KM_i \times KZ_p \quad (10)$$

де  $ZO_i$  – зважена оцінка  $i$ -го птахопідприємства,  $KM_i$  – квадрант матриці конкурентної карти, який займає  $i$ -е птахопідприємство,  $KZ_i$  – коефіцієнт значимості  $i$ -го конкурента (птахопідприємства).

Таблиця 5 – Зважені оцінки конкурентних позицій птахопідприємств України за 2009-2012 рр.

Птахопідприємства	Часові інтервали		
	2009–2010	2010–2011	2011–2012
ПАТ «Тернопільська птахофабрика»	2,33	2,00	2,00
ПАТ «Отрадівська птахофабрика»	2,67	2,67	2,33
ПАТ «Київська птахофабрика»	0,33	0,33	0,33
ПАТ «Куйбишевська птахофабрика»	2,00	2,00	2,00
ПАТ «Зарічна птахофабрика»	4,00	4,00	3,67
ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан»	5,33	4,67	5,00
ПАТ «Птаходрадгосп «Мирний»	3,67	4,00	3,67
ПАТ «Племптаходрадгосп «Броварський»	5,33	5,33	5,33
ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор»	1,00	1,33	2,67
ПАТ «Партизан»	4,33	3,00	3,00

Оскільки сума коефіцієнтів значимості має дорівнювати одиниці, а при розрахунку зважених оцінок є три часових інтервали, то пропонуємо коефіцієнти значимості визначити на рівні 1/3 (табл. 5).

Загальний вплив конкурентів (ЗВК) на досліджувані птахопідприємства за принципом конкурентної карти розраховують за формулою [14, с. 173]:

$$ЗВК = \pm КП_1 \pm КП_2 \pm КП_3 \pm \dots \pm КП_n, \quad (11)$$

$$КП_n = \alpha \times КП_n^{KKP}, \quad (12)$$

звідси  $+КП_n$ , якщо  $КП_n > КП_0$ ,

$-КП_n$ , якщо  $КП_n \leq КП_0$ .

де  $\pm КП_n$  – зважена оцінка конкурентної позиції  $n$ -го птахопідприємства-конкурента;

$КП_0$  – зважена оцінка конкурентної позиції птахопідприємства, для якого розраховують вплив конкурентів;

$\alpha$  – коефіцієнт вагомості;

$КП_n^{KKP}$  – значення конкурентної позиції  $n$ -го птахопідприємства за конкурентною картою ринку.

Результати розрахунків загального впливу конкурентів для ринку птахівництва яєчного напрямку у 2009–2012 рр., відображені в таблиці 6. Із неї видно, що вплив конкурентів можна ідентифікувати як позитивний (додатні значення), так і негативний (від'ємні значення). Діапазон зміни значень загального впливу конкурентів – ЗВК є  $[-40; 40]$ .

Таблиця 6 – Загальний вплив конкурентів на птахопідприємства України яєчного напрямку протягом 2009–2012 рр.

Птахопідприємства	Часові інтервали		
	2009–2010	2010–2011	2011–2012
ПАТ «Тернопільська птахофабрика»	26,67	25	28,3
ПАТ «Отрадівська птахофабрика»	21,67	20,33	24
ПАТ «Київська птахофабрика»	35,33	34	34,7
ПАТ «Куйбишевська птахофабрика»	31	25	28,3
ПАТ «Зарічна птахофабрика»	7,667	-0,33	-0,67
ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан»	-30,3	-9	-19,3
ПАТ «Птаходрадгосп «Мирний»	15,33	-0,33	-0,67
ПАТ «Племптаходрадгосп «Броварський»	-30,3	-29	-29,7
ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор»	34	32,33	19
ПАТ «Партизан»	-0,67	14,67	13,3

Для якісної характеристики отриманих результатів розроблені градації значень, котрі мають наступний вигляд:

- $ZBK \in [-40; -20]$  – сильний негативний вплив;
- $ZBK \in [-20; 0]$  – помірний негативний вплив;
- $ZBK \in [0; 20]$  – помірний позитивний вплив;
- $ZBK \in [20; 40]$  – сильний позитивний вплив.

Аналіз даних таблиці 6 показав, що найсильніший негативний вплив конкуренти здійснюють на ПАТ «Птахогосподарство ім. Путивльських Партизан» (-30,3; -9; -19,3), і ПАТ «Птахорадгосп «Броварський» (-30,3; -29, -29,7), помірний негативний вплив конкурентів відчують ПАТ «Зарічна птахофабрика» і ПАТ «Птахорадгосп «Мирний» (-0,33 та -0,67 у другому й третьому часових інтервалах). На решту птахопідприємств конкуренти здійснюють позитивний вплив. На чотири птахопідприємства діяльність конкурентів здійснює сильний позитивний вплив (ПАТ «Тернопільська птахофабрика» (26,67; 25; 28,3), ПАТ «Київська птахофабрика» (35,33; 34; 34,7), ПАТ «Куйбишевська птахофабрика» (31; 25; 28,3), ПАТ «Птахогосподарство «Червоний Прапор» (34; 32; 33; 19).

## ВИСНОВКИ

У статті проведено конкурентний аналіз ринку птахівництва України, який засвідчив, що практично щодо всіх десяти птахопідприємств спостерігається тенденція підвищення агресивності конкурентів. У другому і третьому часових інтервалах вплив конкурентів погіршився для шести з десяти досліджених птахопідприємств.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Игорь Ансофф ; [пер. с англ. С. Жильцов при содействии Э. Дж. Макдоннелл]. — СПб. : Питер, 1999. — 416 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; [пер. с англ. И. Минервин]. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 452 с.
3. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; [пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой]. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.
4. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації : підруч. / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. — К. : Кондор, 2009. — 470 с.
5. Chandler A. D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise / A. D. Chandler. — M.I.T. Press : Cambridge, 1962.
6. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. — М. : Акалис, 1996. — 272 с.
7. Воронкова А. Е. Управлінські рішення у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект : монографія / А. Е. Воронкова, Н. Г. Калюжна, В. І. Отенко. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. — 512 с.
8. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. — 352 с.
9. Дудар Т. Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи : монографія / Т. Г. Дудар, В. Т. Дудар. — Тернопіль : Економічна думка, 2009. — 246 с.
10. Ковальчук М. І. Стратегічний аналіз у сільському господарстві : навч. посіб. / М. І. Ковальчук. — К. : КНЕУ, 1997. — 224 с.
11. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. — К. : КНЕУ, 2001. — 227 с.
12. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. — Х. : Вид. дім «ІНЖЕК», 2003. — 328 с.
13. Багиев Г. Л. Маркетинг : [учеб. для вузов] / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; [под общ. ред. Г. Л. Багиева]. — М. : ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. — 703 с.
14. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : науч. изд. / [Иванов Ю. Б., Тищенко А. Н., Дробитько Н. А., Абрамова О. С.]. — Х. : ХНЭУ, 2004. — 255 с.