

■ БІЗНЕС І ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 331.2

**ОЦІНКА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОПРОМИСЛОВОГО
КОМПЛЕКСУ ВІННИЦЬКОЇ
ОБЛАСТІ ©**

Л.М. КИШ,
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри моделювання та
інформаційних технологій в економіці,
Вінницький національний
аграрний університет
(м. Вінниця)*

Розвиток ринкових відносин вимагає постійного зростання вимог до товарів, активізації важливості споживачів та такого чиннику, як науково-технічний прогрес. Тому необхідно приділити значну увагу методам та формам удосконалення якості, конкурентоспроможності, моделям управління якістю.

Характеризуючи функціонування суб'єктів господарювання з якісної точки зору та поєднуючи цілий ряд ознак, слід зазначити, що конкурентоспроможність є тим вирішальним індикатором, що може застосовуватись як для характеристики підприємства в цілому, так і для груп чи окремих товарів, що ним виробляються. Особливо важливим є застосування методів та важелів підвищення конкурентоспроможності в умовах функціонування ринкової моделі економіки.

У статті розглянуто конкурентоспроможність продукції СТОВ "Промінь". Визначено параметри конкурентоспроможності продукції підприємства. Проаналізовано ціни та собівартість продукції підприємства. Здійснено аналіз відповідності якісних параметрів продукції підприємства державним та галузевим стандартам. Визначено місткість регіонального ринку збуту продукції підприємства.

На основі проведених розрахунків було визначено напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції СТОВ "Промінь".

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, якість продукції, ринок збуту продукції.

Табл. 5. Літ. 14.

Постановка проблеми. Тенденції щодо глобалізації світового простору та інтеграція України у світове співтовариство зумовлюють необхідність забезпечення конкурентних переваг вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Аграрна продукція як основа експортного потенціалу України в умовах євроінтеграції набуває все більшої ваги для розвитку економіки держави. А отже, все більшої актуальності набуває і пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних аграрних підприємств.

Погоджуємося із думкою Л. Болтянської, що: «В умовах переходу України до відкритої ринкової економіки боротьба за споживача на внутрішньому і зовнішньому ринках потребує створення і виробництва дійсно конкурентоспроможних товарів. У

© Л.М. КИШ, 2018

зв'язку з цим виникає проблема пошуку економічно раціональних рівнів конкурентоспроможності товарів і витрат на їх досягнення. Таким чином, вже сам по собі ринковий фактор слугує дієвим засобом, який примушує виробляти товари необхідного рівня якості у певний термін часу. Але цим не вичерпується роль конкурентного ринку. Він дуже сильно впливає на конкретні економічні, організаційно-управлінські та контрольні функції виробників, що спрямовані на вирішення проблем якості та конкурентоспроможності [3].

В умовах конкурентного ринку діяльність будь-якої господарської одиниці обов'язково підлягає подвійному контролю. Зовнішній контроль проводиться конкурентами, але не безпосередньо, а через якісні результати ринкової діяльності. Об'єктивну оцінку цієї діяльності дають, врешті-решт, покупці [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням та оцінюванням конкурентоспроможності продукції займався цілий ряд зарубіжних та вітчизняних науковців. Серед зарубіжних вчених можна відзначити праці: І. Ансоффа, М. Альберта, П. Друкера, Т. Коно, Ф. Котлера [4], М. Портера, А. Томпсона, Й. Шумпетера. Серед вітчизняних науковців, які займалися даною проблематикою: Л.О. Болтянська [3], О.В. Виноградова, Г.М. Калетнік [14], М.Й. Малік, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук [12], О.М. Шпичак [13], Л.І. Федулова. Проте кожне конкретне підприємство потребує уточнення стратегії завоювання ринку та підвищення конкурентоспроможності його продукції.

Так Ф. Котлер стверджує, що конкурентоспроможність – це характеристика товару, яка відображає його відмінність від товару конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення [4].

П. Саблук визначає, що з кінця ХХ століття провідні вчені-економісти пов'язують підвищення конкурентоспроможності господарюючих структур і територій з кластерною теорією розвитку [12].

О. Кривешко переконаний, що “конкурентоспроможність потрібно розглядати як комплексну категорію. Конкурентоспроможність – це здатність підприємства і його продукції протягом тривалого терміну успішно функціонувати на ринку і домінувати в окремих або усіх аспектах своєї діяльності над конкурентами” [5].

Його визначення доповнюють й інші автори [3], які стверджують, що конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців, порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливає мода, сервіс під час продажу і після нього, реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту [3].

Формулювання цілей статті. Визначення конкурентоспроможності продукції підприємств агропромислового комплексу Вінницької області на прикладі СТОВ “Промінь” та можливих напрямків її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ринковій економіці вирішальним чинником комерційного успіху товару є конкурентоспроможність. Конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних характеристик якого визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути обмінним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів [3].

Інакше кажучи, під конкурентоспроможністю ми розуміємо комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто переваги цього товару, порівняно з іншими пропозиціями конкурентних товарів-аналогів. Оскільки за товарами стоять їхні виробники, то можна впевнено говорити про конкурентоспроможність відповідних підприємств, об'єднань, фірм, а також країн, у яких вони базуються [3].

Таким чином, конкурентоспроможність означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не лише за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, терміни поставки, канали збуту, сервіс, реклама) [3]. Більше того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за період його експлуатації. Тому проведемо аналіз ціни та собівартості продукції сільськогосподарського ТОВ “Промінь” за останні 3 роки (табл.1).

Таблиця 1

Аналіз ціни та собівартості продукції підприємства СТОВ “Промінь”

Продукція	Собівартість, грн за 1 центнер, грн			Ціна, грн за 1 центнер, грн			Прибуток на 1 центнер, грн		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Пшениця озима	105,0	217,0	174,4	187,5	201,6	329,0	82,5	-15,4	154,6
Цукрові буряки	32,7	43,0	47,0	50,0	162,0	664,0	17,3	119,0	617,0
Гречка	177,0	125,6	195,0	338,7	832,0	415,0	161,7	-	220,0
Кукурудза	114,0	90,5	122,7	137,0	287,0	355,0	23,0	196,5	232,3
Ячмінь озимий	-	-	186,0	-	-	317,0	-	-77,0	131,0
Ячмінь ярий	125,9	78,0	186,0	180,0	285,0	317,0	54,1	207,0	131,0
Овес	90,9	51,0	50,0	151,5	333,0	300,0	60,6	282,0	250,0
Соя	-	144,0	326,9	-	700,0	862,8	-	556,0	535,9
Ріпак озимий	185,9	135,0	-	390,9	696,0	-	205,0	561,0	-
Овочі відкритого ґрунту	157,9	33,0	314,0	184,0	500,0	320,0	26,1	467,0	6,0
ВРХ	1916,0	1342,0	2256,0	1502,0	2397,0	2116,0	-414,0	1055,0	-140,0
Свині	2077,0	1418,0	3132,0	1579,9	2127,0	2051,9	-497,1	709,0	-1080,1
Молоко	315,5	219,0	486,0	343,0	389,0	507,0	27,5,0	170,0	21,0

Джерело: власні розрахунки за даними СТОВ “Промінь”

Проаналізувавши дані табл.1, ми спостерігаємо значне зростання собівартості та ціни майже за всіма видами продукції у 2016 році, порівняно з 2014 р.

Також у 2016 р., порівняно з 2014 р., збільшився прибуток від реалізації молока та ВРХ на 142,9 та 568,6 грн на одиницю, але одночасно зросла собівартість виробництва молока, ВРХ, ріпаку, озимого ріпаку, ярого ячменю. Це зумовлено підвищенням цін на пальне та на використання обладнання.

Визначимо місце СТОВ “Промінь” на регіональному ринку. Проведемо порівняльний аналіз ціни та собівартості продукції, що виробляє підприємство, з середніми по Вінницькій області (табл. 2).

Таблиця 2

Середня ціна та собівартість сільськогосподарської продукції за 2014-2016 роки

Продукція	Собівартість, грн за 1 центнер		Ціна, грн за 1 центнер		Прибуток, грн на 1 центнер	
	СТОВ “Промінь”	Вінницька область	СТОВ “Промінь”	Вінницька область	СТОВ “Промінь”	Вінницька область
Пшениця озима	165,5	227,0	239,4	255,4	73,9	28,4
Цукрові буряки	40,9	58,6	292,0	59,3	251,1	0,7
Гречка	165,9	337,6	528,6	444,7	362,7	107,1
Кукурудза	109,1	192,4	259,7	245,7	150,6	53,3
Ячмінь озимий	186,0	197,7	158,5	221,0	-27,5	23,3
Ячмінь ярий	1230,0	178,3	260,7	239,5	130,7	61,2
Овес	64,0	172,0	261,5	224,3	197,5	52,3
Соя	235,5	561,7	781,4	652,3	545,9	90,6
Ріпак озимий	160,5	449,3	362,3	657,4	201,8	208,1
Овочі відкритого ґрунту	168,3	176,7	502,0	194,3	333,7	17,6
ВРХ	1838,0	2128,1	2005,0	1886,3	167,0	-241,8
Свині	2209,0	2120,5	1919,6	2121,5	-289,4	1,1
Молоко	340,2	307,9	413,0	343,4	72,8	264,4

Джерело: власні розрахунки

Слід відзначити, що продукція СТОВ “Промінь” в загальному займає середні позиції стосовно показників Вінницької області. Незважаючи на те, що за деякими видами продукції підприємство мало нижчі показники, ніж середні по області (ячмінь озимий, продукція свинарства), можна спостерігати вищі результати виробництва цілого ряду видів продукції (овочі відкритого ґрунту, гречка, кукурудза). Отримані результати зумовлюються якісними параметрами продукції, підтримкою держави (гречка, цукрові буряки, ріпак).

Для оцінювання потенційного чи реального обсягу ринку реалізації товарів за даної кон'юнктури ринку необхідне визначення місткості ринку.

Місткість ринку – це максимально можлива кількість товару, яка може бути реалізована в межах певного ринку за певний проміжок часу [6, с. 61] (табл. 3).

Розглянувши оцінку місткості регіонального ринку збуту продукції підприємства СТОВ “Промінь” за 2014-2016 рр., ми спостерігаємо значне зростання місткості ринку у 2016 році, особливо озимої пшениці, у 2 рази, порівняно із 2015 роком.

Таблиця 3

Оцінка місткості регіонального ринку збуту продукції СТОВ “Промінь”

Продукція	Кількість споживачів, тис. чол.			Споживання на 1 особу, кг на рік			Місткість ринку, тис. т		
	2014р.	2015р.	2016р.	2014р.	2015р.	2016р.	2014 р.	2015р.	2016 р.
Пшениця озима	10	12	17	69	55	70	77280	69300	154700
Цукрові буряки	3	3	4	13	16	17	2925	4800	6868
Гречка	5	9	12	30	27	29	15000	25029	41760
Кукуруд-за	9	12	16	9	8	10	6642	11904	20160
Ячмінь озимий	7	9	11	12	15	17	5880	12528	22066
Ячмінь ярий	7	8	10	15	14	13	7875	12320	14652
Овес	5	7	7	4	3,4	5	1140	2284,8	3395
Соя	8	11	17	3	5	7	3240	1914	22253
Ріпак озимий	9	10	17	60	62	65	70740	146320	248774
Ріпак озимий	9	11	16	63	80	70	75411	166320	220640
ВРХ	4	5	7	80	77,2	75	470400	57900	863625
Свині	5	9	13	93	98	100	738420	141120	209560
Молоко	10	15	18	123	146	153	408800	744600	1101600

Джерело: власні розрахунки за даними СТОВ “Промінь”

Протягом досліджуваного періоду також майже вдвічі зросла місткість ринку продукції ВРХ, а місткість ринку продукції свинарства зменшилася втричі. У 2014 році, порівняно із 2016 роком, місткість ринку молока зменшилась на 692800 тонн. Тобто підприємство здало свої позиції по ринку молока та продукції свинарства, а зміцнило – по продукції ВРХ та озимій пшениці. Що стосується молока, то першочерговим фактором у даному випадку є значне збільшення собівартості. А от зниження обсягів продукції свинарства можна пояснити, перш за все, поширенням африканської чуми свиней в Україні, тому виробники остерігаються розширювати обсяги виробництва.

Розглянемо параметри конкурентоспроможності продукції та порівняємо показники СТОВ “Промінь” і підприємства-конкурента (табл.4). За підприємство-конкурент було обрано СТОВ “Маяк”, оскільки воно подібне до СТОВ “Промінь” розміщенням, структурою ресурсів та товарної продукції.

Таблиця 4

Параметри конкурентоспроможності продукції СТОВ “Промінь”

Параметри	СТОВ “Промінь”			СТОВ “Маяк”		
	2014 р.	2015 р.	2016р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Технічні, бал.	4	4	5	3	4	4
Естетичні, бал.	3	4	5	3	4	3
Ергономічні, бал.	4	4	4	4	3	3
Нормативні, бал.	3	4	4	3	3	4
Економічні, бал.	4	5	5	4	4	4

Джерело: власні розрахунки за даними СТОВ “Промінь” та СТОВ “Маяк”

Як свідчать наведені дані, протягом періоду, що аналізується, СТОВ “Промінь” не лише покращило свої параметри конкурентоспроможності, але й має переваги перед своїм найближчим конкурентом. Хоча СТОВ “Маяк” теж поліпшило свої позиції.

Одним з етапів аналізу конкурентоспроможності продукції є аналіз її якості. Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення [3].

На СТОВ “Промінь” затверджена політика з якості продукції, яка чітко визначає цілі підприємства та його відповідальність перед споживачем. Вона підтримується керівництвом підприємства.

Вимоги до якості продукції визначаються компетентними органами та відображаються у відповідних документах, зокрема стандартах.

Проведемо аналіз відповідності якісних параметрів продукції СТОВ “Промінь” державним та галузевим стандартам (табл. 5).

Таблиця 5

Аналіз відповідності якісних параметрів продукції СТОВ “Промінь” державним та галузевим стандартам, %

Показники	Значення за стандартом	Фактичне значення	Відхилення, %
Чистота посівного матеріалу пшениці (1-ша категорія сортової чистоти)	99,5	99,7	0,2
Чистота посівного матеріалу пшениці (2-га категорія сортової чистоти)	98	98,8	0,8
Чистота посівного матеріалу пшениці (3-тя категорія сортової чистоти)	95	95,4	0,4
Вологість	15	14	1
Вміст олії в соняшнику	48	49	1
Вміст клейковини в пшениці	20	21	1

Джерело: власні розрахунки за даними СТОВ “Промінь”

Таким чином, підприємство дотримується стандартів якості, оскільки усі показники якісних параметрів продукції СТОВ “Промінь” знаходяться в межах норми. Після вивчення органолептичних показників продукції досліджуваного підприємства, було встановлено, що вони відповідають усім необхідним параметрам. У даному випадку СТОВ “Промінь” слід і надалі покращувати якісні параметри продукції.

Висновки. Дослідження показало, що продукція СТОВ “Промінь” є досить конкурентоспроможною. За досліджуваній період підприємство покращило параметри конкурентоспроможності, має переваги перед найближчим конкурентом. Показники якісних параметрів продукції СТОВ “Промінь” знаходяться в межах норми.

Підприємство міцно тримає ринки збуту продукції. Проте тут відбулись структурні зрушення. Так значно збільшився ринок озимої пшениці та зросла майже удвічі протягом досліджуваних років місткість ринку продукції ВРХ. А місткість ринку молока та ринку продукції свинарства зменшилась. Першочерговим фактором в даному випадку є значне збільшення собівартості, що спостерігається майже за усіма видами продукції.

Тому основними напрямками підвищення конкурентоспроможності СТОВ “Промінь” та аграрних підприємств Вінницької області є подальше дотримання й поліпшення параметрів конкурентоспроможності продукції та її якості. Але суттєву увагу необхідно приділити утриманню чинних і завоюванню нових ринків збуту продукції, а саме: розширити та оновити асортимент продукції, що реалізується на ринку.

СТОВ “Промінь”, перш за все, необхідно звернути увагу на ринок збуту свинини, оскільки за досліджуваній період, незважаючи на зростання кількості споживачів та обсягів споживання на одну особу, місткість регіонального ринку збуту свинини знизилась. До цього призвела збитковість даної галузі. Тому більш раціональним є його поступове скорочення, оскільки на інноваційні та коопераційні шляхи підвищення конкурентоспроможності даного товару у господарства не достатньо коштів. Традиційно високою залишається частка ринку кукурудзи та зростає – сої, цукрових буряків й овочів відкритого ґрунту, які є більш прибутковими. Тому бажано здійснити прорив на перерахованих ринках, скориставшись економічними перевагами. Для аграрних підприємств Вінницької області завоювання того чи іншого ринку продукції є головним напрямом підвищення конкурентоспроможності, проте він залежить також і від можливостей конкретного господарства.

Список використаних джерел

1. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для студ. Вищих навч. закладів. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
2. Борисюк О.І. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / О.І. Борисюк, А.В. Єрмоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : Збірник наукових праць. – 2012. – № 33. – С. 242-247.
3. Економіка підприємства: навчальний посібник / Л.О. Болтянська, Л.О. Андреева, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 667 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс. Пер с англ – М., Издательский дом “Вильямс”, 2007. – 656 с.
5. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – 2011. – №720. – С. 180-188.
6. Кузьмін О.Є. Менеджмент: Навч. посібник для студентів галузей знань “Економіка і підприємництво” та “Менеджмент та адміністрування” / О.Є. Кузьмін, Л.С. Ноджак, О.Г. Мельник. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. – 152 с.
7. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник / За ред. Л.А. Мороз. – 2-е вид. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, 2002. – 244 с.
8. Основні економічні показники виробництва продукції сільськогосподарських підприємств за 2014 рік: статистичний бюлетень. – Вінниця : Головне управління статистики у Вінницькій області, 2015. – 134 с.
9. Основні економічні показники виробництва продукції сільськогосподарських підприємств за 2015 рік: статистичний бюлетень. – Вінниця : Головне управління статистики у Вінницькій області, 2016. – 125 с.
10. Основні економічні показники виробництва продукції сільськогосподарських підприємств за 2016 рік: статистичний бюлетень. – Вінниця : Головне управління статистики у Вінницькій області, 2017. – 119 с.
11. Перерва П.Г. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства / П.Г. Перерва, Т.В. Романчик // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 230-235.
12. Саблук П.Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П.Т. Саблук, М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 3-13.

13. Шпичак О.М. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України / О.М. Шпичак, П.Т. Саблук, В.П. Ситник, З.П. Ніколаєва, В.П. Білаш, Р.Л. Бойко, Т.Г. Гайдук, В.Н. Зимовець, Л.У. Ігнатченко, О.Г. Коростапов; ред.: О.М. Шпичак. – К., 2000. – 585 с.

14. Калетнік Г.М. Управління регіональною продовольчою безпекою в умовах економічної нестабільності : [моногр.] / Г.М. Калетнік, С.В. Козловський, Е.А. Кіреєва, О.Г. Підвальна – Вінниця: Меркьюрі-Поділля, 2015. – 252 с.

Список використаних джерел у транслітерації / References

1. Bahrova I.V. (2004). *Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstv [Foreign economic activity of enterprises]*. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].

2. Borysiuk O.I., Yeromenko A.V. (2012). *Osnovni napriamy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [The main directions of increasing the competitiveness of the enterprise]. Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury: zbirnyk naukovykh prats - Problems of improving the efficiency of the infrastructure: collection of scientific articles*, 33, 242 – 247 [in Ukrainian].

3. Boltianska L.O., Andreeva L.O., Lysak O.I. (2015). *Ekonomika pidpriemstva [Business Economics]*. Kherson: OLDI-PLIuS [in Ukrainian].

4. Kotler F. (2007). *Osnovy marketynha. Kratkyi kurs [Fundamentals of Marketing. The Brief Course]*. (Publishing House Progress, Trans). Moscow: Yzdatelskyi dom “Vyliame” [in Russian].

5. Kryveshko O.V., Sidun P.V. (2011). *Chynnyky formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv ta klasteriv [Factors of formation of competitiveness of enterprises and clusters]. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku: Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika» - Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Development and Developmental Issues: The Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*, 720, 180–188 [in Ukrainian].

6. Kuzmin O.Ie, Nodzhak L.S., Melnyk O.H. (2009) *Menedzhment [Management]*. Lviv: Publishing house of Lviv Polytechnic National University [in Ukrainian].

7. Moroz L.A., Chukhrai N.I. (2020). *Marketynh [Marketing]* (2nd ed.). Moroz L.A. (Ed.). Lviv: Publishing house of Lviv Polytechnic National University [in Ukrainian].

8. Shevchenko O.V., O.O. Lyanchykova O.O., Spivak L.S (Eds.). (2015). *Osnovni ekonomichni pokaznyky vyrobnytstva produktsii silskohospodarskykh pidpriemstv za 2014 rik : statystychnyi biuleten [Main economic indicators of agricultural production for 2014: statistical bulletin]*. Vinnytsya: Main Department of Statistics in Vinnytsia region [in Ukrainian].

9. Shevchenko O.V., Lyanchykova O.O., Spivak L.S.(Eds.). (2016). *Osnovni ekonomichni pokaznyky vyrobnytstva produktsii silskohospodarskykh pidpriemstv za 2015 rik : statystychnyi biuleten [Main economic indicators of agricultural production for 2015: statistical bulletin]*. Vinnytsya: Main Department of Statistics in Vinnytsia region [in Ukrainian].

10. Shevchenko O.V., Lyanchykova O.O., Spivak L.S (Eds.). (2017). *Osnovni ekonomichni pokaznyky vyrobnytstva produktsii silskohospodarskykh pidpriemstv za 2016 rik : statystychnyi biuleten [Main economic indicators of agricultural production for 2016: statistical bulletin]*. Vinnytsya: Main Department of Statistics in Vinnytsia region [in Ukrainian].

11. Pererva P.H., Romanchuk T.V. (2012). Mekhanizm upravlinnia rivnem konkurentospromozhnosti produktii pidpriemstva [Mechanism for managing the level of competitiveness of enterprise products]. *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, 4, 230–235 [in Ukrainian].

12. Sabluk P.T., Kropyvko M.F. (2010). Klasteryzatsiia yak mekhanizm pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ta sotsialnoi spriamovanosti ahrarnoi ekonomiky [Clustering as a mechanism for increasing the competitiveness and social orientation of the agrarian economy]. *Ekonomika APK - Economy of agroindustrial complex*, 1, 3-13 [in Ukrainian].

13. Shpychak O.M., Sabluk P.T., Sytnyk V.P., Nikolaieva Z.P., Bilash V.P., Boiko R.L. et al (2000). Tsyny, vytraty, prybutky ahrovyrobnytstva ta infrastruktura prodovolchych rynkiv Ukrainy [Prices, costs, profits of agricultural production and infrastructure of food markets of Ukraine]. O. M. Shpychak (Ed.). Kyiv: Institute of Agrarian Economics [in Ukrainian].

14. Kaletnik H. M., Kozlovsky S.V., Kirieieva E.A. and Pidval'na O.G. (2015) *Upravlinnia rehionalnoiu prodovolchoiu bezpekoiu v umovakh ekonomichnoi nestabilnosti [Managing Regional Food Security in Conditions of Economic Instability]*. Vinnytsia. Mercury-Podillya [in Ukrainian].

ANNOTATION

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF VINNYTSIA REGION

*KYSH Liydmila,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Modelling and
Information Technologies in Economics,
Vinnytsia National Agrarian University
(Vinnytsia)*

The development of market relations requires the constant growth of requirements for goods, the increasing importance of consumers services and such a factor as scientific and technological progress. Therefore, it is necessary to pay considerable attention to methods and forms of improvement of quality, competitiveness, models of quality management.

Describing the functioning of business entities from a qualitative point of view and combining a number of features, we can define competitiveness as a decisive indicator that can be used both for the characteristics of an enterprise as a whole and for groups or individual products that it produces. Particularly important is the application of methods and tools for increasing competitiveness in conditions of functioning of a market economy model.

The article deals with the competitiveness of the products of the agricultural enterprise "Promin Ltd". The parameters of competitiveness of production of the enterprise are determined. The prices and cost of production of the enterprise are analyzed. The analysis of the compliance of the quality parameters of the enterprise with the state and industry standards was carried out. The capacity of the regional sales market of the enterprise is determined.

On the basis of the calculations, the directions for increasing the competitiveness of the Agricultural Limited Liability Company "Promin" were determined.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness of products, quality of products, market of products.

Tabl. 5. Lit. 14.

АННОТАЦИЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ВИННИЦКОЙ ОБЛАСТИ

*КИШ Людмила Николаевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры моделирования
и информационных технологий в экономике,
Винницкий национальный аграрный университет
(г. Винница)*

Развитие рыночных отношений требует постоянного роста требований к товарам, активизации важности потребителей и такого фактора, как научно-технический прогресс. Поэтому необходимо уделить значительное внимание методам и формам совершенствования качества, конкурентоспособности, моделям управления качеством.

Характеризуя функционирование субъектов хозяйствования с качественной точки зрения и сочетая целый ряд признаков, следует отметить, что конкурентоспособность является тем решающим индикатором, который может применяться как для характеристики предприятия в целом, так и по группам или отдельным товарам, которые на нём производятся. Особенно важным является применение методов и рычагов повышения конкурентоспособности в условиях функционирования рыночной модели экономики.

В статье рассмотрены конкурентоспособность продукции СПОО “Проминь”. Определены параметры конкурентоспособности продукции предприятия, проанализированы цены и себестоимость его продукции. Проведен анализ соответствия качественных параметров продукции предприятия государственным и отраслевым стандартам. Определена ёмкость регионального рынка для сбыта продукции предприятия.

На основе проведенных расчётов были определены направления повышения конкурентоспособности продукции СПОО “Проминь”.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, качество продукции, рынок сбыта продукции.

Табл. 5. Лит. 14.

Інформація про автора

КИШ Людмила Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри моделювання та інформаційних технологій в економіці, Вінницький національний аграрний університет (21008, м. Вінниця, вул. Сонячна, 3, e-mail: ljudmilakish@rambler.ru).

KYSH Lydmila – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Modelling and Information Technologies in Economics, Vinnytsia National Agrarian University (21008, Vinnytsia, 3, Soniachna Str., e-mail: ljudmilakish@rambler.ru).

КИШ Людмила Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры моделирования и информационных технологий в экономике, Винницкий национальный аграрный университет (21008, г. Винница, ул. Солнечная, 3, e-mail: ljudmilakish@rambler.ru).

