

Дзяди́кевич Ольга Ярославівна  
аспірант

Національного університету біоресурсів і природокористування України

Дзяды́кевич Ольга Ярославовна  
аспирант

Національного университета биоресурсов и природопользования Украины

Dzyadykevych Olga

Postgraduate Student of the

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

DOI: 10.25313/2520-2294-2018-5-3768

## СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ЗЕРНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКОГО ЗЕРНА НА МИРОВОМ РЫНКЕ

## STRATEGIC ANALYSIS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN GRAIN ON THE WORLD MARKET

**Анотація.** В статті на основі стратегічного аналізу конкурентоспроможності українського зерна розроблено стратегічні альтернативи поведінки суб'єктів зернового ринку, реалізація яких дозволить їм сформувати довгострокові стійкі конкурентні переваги.

Методом SWOT-аналізу здійснено комплексну оцінку конкурентної позиції зернової галузі України на світовому ринку та вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на її формування. Використання моделі SWOT-аналізу з дев'ятьма активним полями дозволило виявити способи посилення факторів за рахунок один одного (можливості і сильні сторони), чи нівелювання негативного впливу одних за рахунок інших (слабкі сторони і загрози – за рахунок сильних сторін і можливостей), або визначити дії, які можуть знизити негативний вплив загроз і посилити слабкі позиції. В результаті застосування даної методики обґрунтовано перспективні напрямки підвищення конкурентоспроможності зерна на світовому ринку.

Для визначення альтернативи конкурентної стратегії використано багатфакторну модель (матрицю) «Індекс відносних порівняльних переваг – відносна частка ринку», що базується на кількісному (частка країни в світовому експорті) та якісному (індекс RCA) показниках з одночасним обґрунтуванням оптимальної конкурентної стратегії для кожної зони господарювання. В якості об'єктів аналізу виступають агреговані показники індексу відносних конкурентних переваг та сукупної частки ринку пшениці, ячменю та кукурудзи, визначені для України, Росії та Європейського Союзу. В результаті використання даної методики визначено конкурентну позицію України та її основних конкурентів на світовому ринку зерна та обґрунтовано оптимальну конкурентну стратегію для кожного із суб'єктів.

Розроблено стратегічні напрями розвитку зернової галузі України з позиції посилення її конкурентних переваг, які передбачають освоєння нових ринків, посилення позицій на існуючих ринках, формування нових ринкових сегментів в межах агресивної маркетингової стратегії.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, світовий ринок зерна, конкурентна позиція, конкурентна стратегія.

**Аннотация.** В статье на основе стратегического анализа конкурентоспособности украинского зерна разработаны стратегические альтернативы поведения субъектов зернового рынка, реализация которых позволит им сформировать долгосрочные устойчивые конкурентные преимущества.

Методом SWOT-анализа проведено комплексную оценку конкурентной позиции зерновой отрасли Украины на мировом рынке и влияние внутренних и внешних факторов на её формирование. Использование модели SWOT – анализа с девятью активными полями позволило выявить способы усиления факторов за счёт друг друга (возможности и сильные стороны), или нивелирование отрицательного влияния одних за счёт других (слабые стороны и угрозы – за счёт сильных сторон и возможностей), либо определять действия, которые могут уменьшить отрицательное влияние угроз и усилить слабые позиции. В результате использования данной методики обоснованы перспективные направления повышения конкурентоспособности зерна на мировом рынке.

Для определения альтернативы конкурентной стратегии использовано многофакторную модель (матрицу) «Индекс относительных сравнительных преимуществ – относительная доля рынка», которая базируется на количественных (доля страны в мировом экспорте) и качественных (индекс RCA) показателях с обоснованием оптимальной конкурентной стратегии для каждой зоны хозяйствования. В качестве объектов анализа выступают агрегированные показатели индекса относительных конкурентных преимуществ и совокупной доли рынка пшеницы, ячменя и кукурузы, определены для Украины, России и Европейского Союза. В результате использования данной методики определена конкурентная позиция Украины и её основных конкурентов на мировом рынке зерна и обоснована оптимальная стратегия для каждого из субъектов.

Разработаны стратегические направления развития зерновой отрасли Украины с позиции усиления её конкурентных преимуществ, которые включают освоение новых рынков, усиление позиций на существующих рынках, формирование новых рыночных сегментов в рамках агрессивной маркетинговой стратегии.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, мировой рынок зерна, конкурентная позиция, конкурентная стратегия.

**Summary.** The article develops strategic alternatives of the behavior of grain market actors based on a strategic analysis of Ukrainian grain competitiveness, the realization of which will enable them to form long-term sustainable competitive advantages.

The method of SWOT analysis provides a comprehensive assessment of competitive position of Ukrainian grain industry on the world market and the influence of internal and external factors on its formation. Using the SWOT analysis model with nine active fields allowed to identify ways to increase factors at the expense of each other (opportunities and strengths), or leveling out the negative effects some at the expense of others (weaknesses and threats – due to strengths and opportunities), or to identify actions that can reduce the negative impact of threats and reinforce weaknesses. As a result of the application of this method, perspective directions of increasing the competitiveness of grain in the world market have been substantiated.

To determine the alternative of a competitive strategy it is used multifactorial model (matrix) «Relative Comparative Advantage Index – relative market share» based on quantitative (country share in world exports) and qualitative (RCA index) indicators with simultaneous justification of optimal competitive strategy for each zone of management. Aggregate indicators of Relative Comparative Advantage Index and aggregate share of wheat, barley and maize market determined for Ukraine, Russia and the European Union serve as analysis objects. As a result of using this technique, it is determined the competitive position of Ukraine and its main competitors on the world grain market and it is substantiated the optimal competitive strategy for each of the subjects.

The strategic directions of Ukrainian grain industry development from the point of view of strengthening its competitive advantages, which involve development of new markets, strengthening of positions on existing markets, formation of new market segments within an aggressive marketing strategy are developed.

**Key words:** competitiveness, competitive advantages, world grain market, competitive position, competitive strategy.

**Постановка проблеми.** Конкурентні позиції України на світовому ринку зерна є вагомим індикатором, який характеризує ефективність господарських та управлінських процесів пов'язаних із виробництвом, внутрішнім і зовнішнім розподілом зерна. Українські учасники ринку та державні інституції використали і розвинули наявні конкурентні переваги, пов'язані в основному із більш доступним ресурсним потенціалом (дешева робоча сила, високий рівень природної родючості ґрунтів, кліматичні умови) [3].

Таким чином, розвиток конкурентних переваг українського зерна формують досить суперечливі

і нестійкі чинники. Вони, на даний час, дозволяють вітчизняним зернотрейдерам освоювати найбільш доступні ринки із найнижчими бар'єрами входу. Проте, низькі бар'єри і попит на дешеве зерно формують додаткові ризики для українських виробників зерна і додаткові можливості для наших конкурентів.

Важливим інструментом оцінки перспектив конкурентоспроможності українського зерна на світових ринках є стратегічний аналіз, який дозволяє комплексно оцінювати ситуацію на ринку, визначати ринкову позицію у порівнянні із головними конкурентами, а також формувати дієві альтернативи і рекомендації щодо подальших дій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика стратегічного аналізу конкуренції чи стратегічного управління конкурентоспроможністю, так само, як і впровадження стратегії міжнародної конкуренції є досить глибоко досліджена у працях зарубіжних та вітчизняних вчених: Т. М. Борисової [1], М. Портера [10], Ч. Гіла [2], Н. А. Ефремова [7], В. Кончина [8]. При цьому, стратегії міжнародної конкуренції, які ми розглядаємо як один із інструментів оптимізації стану об'єкту дослідження, досить влучно трактуються Т. М. Борисовою, яка розглядає їх як «... моделі поведінки суб'єктів конкуренції, спрямовані на досягнення довготривалої конкурентної переваги на міжнародному ринку за наявних ресурсів та умов середовища функціонування» [1, с. 156]. Відповідно до цього, основна мета стратегічного аналізу обґрунтувати стратегію поведінки суб'єкта конкуренції на ринку.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є на основі стратегічного аналізу конкурентоспроможності українського зерна розробити стратегічні альтернативи поведінки суб'єктів зернового ринку, реалізація яких дозволить їм сформувати довгострокові стійкі конкурентні переваги.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для аналізу конкурентоспроможності давно та успішно використовується розроблений за кордоном метод SWOT-аналізу [9]. При цьому методі об'єкт дослідження розглядають з чотирьох принципових позицій: сильних та слабких сторін його діяльності, можливостей та загроз майбутнього розвитку. Такий структурний аналіз дозволяє своєчасно виявляти резерви, визначати потенційні загрози, розраховувати оптимальну траєкторію на перспективу і в кінцевому результаті суттєво підвищувати конкурентоспроможність.

Використання моделі SWOT-аналізу з дев'ятьма активними полями [4, с. 179–180] дозволяє зіставляти між собою дію виявлених факторів, що дає можливість розробляти найбільш перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності українського зерна (табл. 1).

Пропонований метод перехресно поєднує між собою фактори різних полів і дозволяє вишукувати способи посилення факторів за рахунок один одного (можливості і сильні сторони), чи нівелювання негативного впливу одних за рахунок інших (слабкі сторони і загрози — за рахунок сильних сторін і можливостей), або визначати дії, які можуть знизити негативний вплив загроз і посилити слабкі позиції.

В результаті застосування згаданої методики ми отримали наступні перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності зерна на світовому ринку:

- освоєння нових ринків; збільшення частки ринку; формування нових сегментів ринку за рахунок покращення якості зерна і поглиблення його переробки;
- ріст обсягів виробництва зерна та його ефективності за рахунок залучення іноземних інвестицій і оновлення матеріально-технічної бази;
- пом'якшення наслідків зміни клімату за рахунок розвитку селекції та генної інженерії; розвиток енергетичних напрямів споживання зерна; переобладнання частини потужностей під енергетичні потреби галузі;
- досягнення інституційної сталості за рахунок завершення земельної реформи і посилення інтеграційних процесів на внутрішньому ринку зерна.

Як бачимо, в поданому переліку альтернатив є ті, які реалізуються в даний час (ріст обсягів виробництва та експорту, збільшення частки ринку тощо), а також ті, які вимагають суттєвих структурних, інституційних та фінансових змін. Тому, задля посилення аргументації щодо вибору найоптимальнішої альтернативи підвищення конкурентоспроможності українського зерна на світовому ринку скористаємося рядом інших методів стратегічного аналізу.

Однією із найменш суб'єктивних моделей визначення альтернативи конкурентної стратегії та зони господарювання є запропонована О. Яценко матриця «Індекс відносних порівняльних переваг RCA — відносна частка ринку» [11]. В якості об'єктів аналізу виступають агреговані показники індексу відносних конкурентних переваг та сукупної частки ринку пшениці, ячменю та кукурудзи визначені для України, Росії та ЄС за трирічні періоди 2008–2010, 2011–2013, 2014–2016 рр.

Відстеження зміни положення досліджуваних країн на вказаному ринку дає можливість не тільки встановити конкурентну позицію країн, але й відстежити її динаміку. В сукупності це може служити вагомим інструментом для аргументації при виборі котроїсь із стратегічних альтернатив (рис. 1).

Згідно із методикою О. Яценко [11] кожен сектор матриці характеризує конкурентну позицію країни на досліджуваному ринку і пропонує заходи та інструменти для посилення конкурентоспроможності, відповідно до цього. Як бачимо, практично усі позиції досліджуваних країн в межах запропонованих часових інтервалів покращилися. В результаті цього, позиція України змістилася із сектору D1 в сектор D2, Росії — із сектора A1 в сектор A2, ЄС — зафіксувалися на межі перетину секторів A2 і B2 з поступовим зміщенням в ірреальну зону. Останнє пояснюється олігопсонічним характером ринку, згідно чого, ринкова доля перших двох учасників

Таблиця 1

**Модель SWOT-аналізу конкурентної позиції України на світовому ринку зерна  
з дев'ятьма активними полями**

<p align="center"><b>Внутрішні фактори</b></p> <p align="center"><b>Зовнішні фактори</b></p>	<p><b>Сильні сторони (S):</b> S1: Високий рівень природної родючості, кліматичні умови; S2: Доступ до дешевих трудових та земельних ресурсів; S3: Низька ціна зерна на світовому ринку; S4: Географія та експортне розташування; S5: Надлишок зерна на внутрішньому ринку.</p>	<p><b>Слабкі сторони (W):</b> W1: Низька продуктивність; W2: Висока матеріаломісткість; W3: Слабкі позиції на ринку продовольчого зерна і продуктів переробки; W4: Вплив держави, корупція, олігархізація ринку; W5: Знос та моральна застарілість технологій.</p>
<p><b>Можливості (O):</b> O1: Нарощення експорту в Азії та Латинській Америці; O2: Нарощення логістичних, в т.ч. транзитних потужностей; O3: Сприяння вирішенню проблеми голоду; O4: Розвиток споживання зерна в енергетичних цілях; O5: Ріст продуктивності за рахунок інновацій</p>	<p><b>SO 1:</b> S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4 — збільшення частки ринку; <b>SO 2:</b> S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4 — освоєння нових ринків, посилення транзитного потенціалу; <b>SO 3:</b> S1, S2, O5 — ріст обсягів виробництва зерна; <b>SO 4:</b> S1, S2, O4, O5 — розвиток енергетичного напрямку споживання, пом'якшення енергетичних проблем сектору.</p>	<p><b>WO 1:</b> W1, W2, W5, O5 — оновлення матеріально-технічної бази учасників ринку, ріст продуктивності, ефективності та якості; <b>WO 2:</b> W3, O3, O5 — формування нових сегментів на ринку.</p>
<p><b>Загрози (T):</b> T1: Політична дестабілізація; T2: Посилення конкуренції; T3: Зміна клімату; T4: Поширення технології вирощування генно-модифікованого зерна; T5: Подорожчання енергетичних ресурсів та матеріалів для зерно-виробництва.</p>	<p><b>ST 1:</b> S1, S2, S4, T1, T2 — покращення якості зерна, поглиблення його переробки та активізація експорту; <b>ST 2:</b> S1, T3, T4 — розвиток селекції та генної інженерії в зерновиробництві; <b>ST 3:</b> S3, S4, S5, T5 — посилення інтеграційних процесів між зернотрейдерами та I і II сектором АПК.</p>	<p><b>WT 1:</b> W1, W4, T1 — завершення земельної реформи, формування прозорого ринку землі; <b>WT 2:</b> W1, W2, W5, T1, T2, T4, T5 — формування економічних стимулів для залучення іноземних інвестицій в зерновий сектор; <b>WT 3:</b> W5, T5 — переобладнання частини переробних потужностей під енергетичні потреби галузі; <b>WT 3:</b> W2, W5, T3 — розвиток органічного землеробства, оновлення матеріально-технічної бази на основах енергоощадних технологій.</p>

*Джерело:* самостійна розробка автора на основі експертних оцінок та узагальнення емпіричних спостережень

становить близько 50 %. Зважаючи на це, ми інтерпретуватимемо рекомендовану стратегію ЄС з позиції його перебування в секторах A2 і B2.

Таким чином, характеристика конкурентних позицій та рекомендації, щодо їх покращення відповідно до поданих сегментів пропонуються в таблиці 2.

Як бачимо, позиція України (перехід із сектора D1 в D2) передбачає застосування стратегії лідерства, яка, серед іншого, полягає у збільшенні частки ринку і прагненні до його повного охоплення. При цьому, в контексті зміни секторів, відмітимо рекомендації щодо поступової заміни інструментів посилення конкурентоспроможності: замість пошуку нових споживачів на існуючих ринках та нових способів застосування товару — недиференційований маркетинг і використання цінової переваги та високого рівня спеціалізації.

Оцінка позиції основних конкурентів дозволяє визначати характер їх конкурентних переваг і прогнозувати модель їхньої поведінки. Так, стосовно Росії (перехід із сектора A1 в A2-B2) можна прогнозувати активізацію стратегії зростання, з наступними складовими: формування і підтримка позитивного іміджу, покращення якісних характеристик товару, зусилля щодо витіснення конкурентів на фоні інвестиційної і, можливо, інноваційної активності. В даному контексті найбільше слід очікувати посилення конкуренції з боку Росії на суміжних із нами зернових ринках — в Північній Африці, на Близькому Сході, Південно-Східній Азії і, частково, в Європі.

Схожими із Росією конкурентними позиціями, які, проте, характеризуються значно вищою стабільністю і більшою конкурентною силою, в тому



числі й порівнянні з Україною, характеризується зерновий експорт ЄС. Відповідно до цього, основні параметри конкурентної стратегії в більшості схожі із Росією, за винятком кращих можливостей щодо їх реалізації. Так, покращення якості товарів характеризується лідерською позицією за цим показником, утримання позитивного іміджу — визначається загальноновизнаним брендом Євросоюзу, відносна незалежність від одиничних сегментів —

найбільшим географічним покриттям світового ринку зерна. Відповідно до цього, ЄС, не зважаючи на нижчий рівень відносних порівняльних переваг (обумовлених не стільки сильною позицією України, скільки структурою національної економіки та експорту) є головним нашим конкурентом на світовому ринку зерна. Тому, реалізуючи стратегію збільшення частки ринку і прагнення до повного охоплення ринку ми, в більшості займаємо ніші,

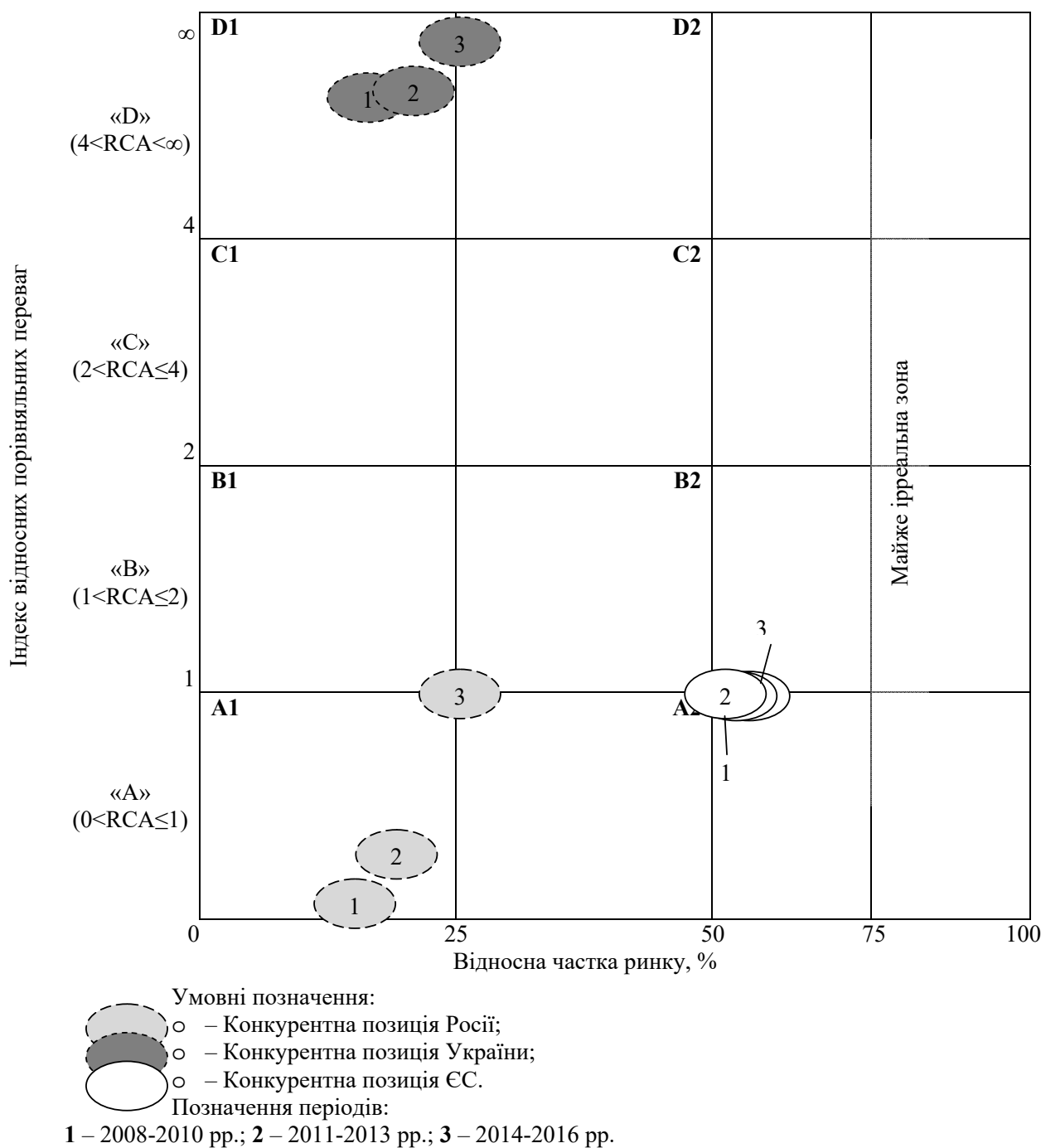


Рис. 1. Матриця «Індекс відносних порівняльних переваг RCA сукупної продукції зернової сфери (пшениці, ячменю та кукурудзи) — відносна частка ринку провідних світових виробників»

Джерело: розраховано автором на основі даних [5; 6] за методикою [11]

Таблиця 2

**Порівняльна характеристика окремих конкурентних стратегій для матриці  
«Індекс відносних порівняльних переваг — відносна частка ринку»**

Група	Сектор	Стратегія		Характеристика / рекомендації
		загальна	операційна	
D	D2	лідера	Повне охоплення ринку; Збільшення частки ринку;	Недиференційований маркетинг, низькі виробничі витрати, високий рівень спеціалізації, цінова перевага
	D1		Розширення первинного попиту; Захист своєї частки ринку від конкурентів;	Використання наявних переваг для пошуку нових споживачів на існуючих ринках, нових способів застосування товару та збільшення інтенсивності використання товару
B	B2	зростання	Інтенсифікація розвитку; товарна спеціалізація	Відносна незалежність від одиничних сегментів, Можливість задоволення і утримання позитивного іміджу на відповідному ринку, Постійне покращення якісних характеристик товару
	B1		Фокусування; селективна спеціалізація; проникнення на ринок	Мінімізація ризиків щодо каналів реалізації, Скорочення залежності від ємності національних ринків, Витіснення конкурентів, Утримання відповідного рівня конкуренції
A	A2	відстоювання	Закріплення сегменту ринку; вертикальна і горизонтальна інтеграція;	Інвестування і капіталізація прибуткових сфер бізнесу, Можливий перехід на інноваційний розвиток, Часткове усунення конкурентів і зменшення залежності від постачальників через інтеграцію
	A1		Захист сегменту ринку, Перепрофілювання, Скорочення діяльності; ліквідація	Захист здобутих позицій, освоєння нових сегментів ринку, вихід з ринку

Джерело: вдосконалено автором на основі [11]

сформовані за рахунок загального росту об'єму ринку або завдяки витісненню інших конкурентів. При цьому, ринкова частка ЄС залишається практично незмінною, а ринкова частка Росії росте приблизно тими ж темпами, що й наша.

Таким чином, результати оцінки стратегічної позиції та стратегічних альтернатив України на зерновому ринку свідчать про доцільність використання активної маркетингової стратегії, спрямованої на збільшення частки ринку, освоєння нових ринків та посилення своєї конкурентної позиції.

**Висновки та подальші дослідження.** Узагальнюючи результати стратегічного аналізу конкурентної позиції України на світовому ринку зерна, доцільно відмітити суттєвий прогрес нашої країни в конкурентній боротьбі на ринках торгівлі пшеницею, ячменем і кукурудзою. Постійний ріст обсягів продажу та частки ринку на фоні в цілому сприятливих умов, що складаються в зовнішньому середовищі, дозволяють нам займати сильні конкурентні позиції. Зважаючи на високий рівень олігополістичної конкуренції, позиція України є нестійкою і тому

потребує подальшої активної діяльності на ринку. За допомогою застосованих методів стратегічного аналізу було сформовано ряд шляхів посилення конкурентоспроможності українського зерна на світовому ринку в межах агресивної стратегії. Відповідно до них, наші основні зусилля в найближчий період повинні спрямовуватися на наступні заходи:

- освоєння нових ринків — в першу чергу в країнах Латинської Америки, Центральної, Східної та Західної Африки в торгівлі зерном пшениці, ячменю та кукурудзи;
- збільшення частки ринку кукурудзи, пшениці та ячменю в країнах Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи;
- формування нових сегментів ринку — вихід на ринки країн Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи із продуктами переробки пшениці.

Наведені стратегічні альтернативи в перспективі повинні забезпечити більш стійку позицію України на світовому ринку зерна та сприяти підвищенню рівня його конкурентоспроможності.

### Література

1. Борисова Т. М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види / Т. М. Борисова // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 2. — Т. 1. — С. 156–160.
2. Гіл Ч. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Гіл Ч.; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук.] — К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. — 856 с.
3. Голомша Н. Є. Конкурентні переваги продукції зернової галузі на світовому ринку / Н. Є. Голомша, О. Я. Дзядикувич. — Економіка АПК. — 2017. — № 11 (277). — С. 61–66.
4. Гуцуляк В. Р. Концептуальні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / В. Р. Гуцуляк // Агросвіт. — 2016. — № 24. — С. 82–85.
5. Дані про обсяг експорту-імпорту зернових [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://comtrade.un.org/data/>
6. Дані про обсяг світового експорту зернових за 2000–2013 рр. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fao.org/>
7. Ефремов Н. А. Международная рыночная конкуренция как фактор повышения конкурентоспособности российской экономики [Електронний ресурс]: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 / Н. А. Ефремов. — Чебоксары, 2005. — 21 с. — Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/152842.html>
8. Кончин В. Гравітаційна модель розвитку міжнародної торгівлі послугами України в контексті євроінтеграційних процесів / В. Кончин // Вісник ТАНГ. — 2005. — № 1 (5). — С. 107–116.
9. Малік М. Й Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми. Монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. — К.: ННЦ ІАЕ, 2007. — 270 с.
10. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; [пер. с англ. И. Минервин.] — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
11. Яценко О. М. Формування і реалізація конкурентних переваг галузі бджільництва України: монографія / О. М. Яценко. — Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2011. — 428 с.

### References

1. Borysova T. M. (2010), «Competitive strategy on the international market: the essence, main characteristics and types», *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 2, vol.1, pp. 156–160.
2. Hil Ch. (2001), *Mizhnarodnyi biznes: Konkurentsiia na hlobalnomu rynku*, [International business: competing in the global marketplace], Translated by A. Oliinyk, R. Tkachuk, Vydavnytstvo Solomii Pavlychko «Osnovy», Kyiv, Ukraine, 856 p.
3. Holomsha N. Ye., Dziadykevych O. Ia. (2017), «Competitive advantages of grain industry on the world market», *Ekonomika APK*, no.11 (277), pp. 61–66.
4. Hutsuliak V. R. (2016), «Conceptual approaches to assessing the competitiveness of agricultural enterprises», *Ahrosvit*, no. 24, pp. 82–85.
5. United Nations Comtrade Database, available at: <https://comtrade.un.org/data/>
6. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2000–2013), available at: <http://www.fao.org/>
7. Efremov N. A. (2005), «International market competition as a factor of increasing the competitiveness of the Russian economy», Thesis abstract of Cand. Sc. (Econ.), 08.00.01, Cheboksary, Russia, 21 p., available at: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/152842.html>
8. Konchyn V. (2005), «Gravitational model of the development of international trade in services of Ukraine in the context of European integration processes», *Visnyk TANH*, no. 1(5), pp. 107–116.
9. Malik M. I., Nuzhna O. A. (2007), *Konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpriemstv: metodolohiia i mekhanizmy* [Competitiveness of agrarian enterprises: methodology and mechanisms], NNTs IAE, Kyiv, Ukraine, 270 p.
10. Porter M. (2005), *Konkurentnaya strategiia: Metodika analiza otraslej i konkurentov*, [Competitive strategy: The methodology of analysis of industries and competitors], Translated by I. Minervin, Alpina Biznes Buks, Moscow, Russia, 454 p.
11. Iatsenko O. M. (2011), *Formuvannia i realizatsiia konkurentnykh perevah haluzi bdzhilnytstva Ukrainy*, [Formation and realization of competitive advantages of beekeeping industry in Ukraine], Vydavnytstvo «Zhytomyrskyi natsionalnyi ahroekolohichniy universytet», Zhytomyr, Ukraine, 428 p.